

Taller de motos Santy



Néstor Daniel Agudelo Zapata

Universidad Católica de Pereira
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Programa de Administración de Empresas
Pereira
2015

Taller de motos Santy

Néstor Daniel Agudelo Zapata

**Trabajo presentado a:
Juan Pablo Jaramillo Duque**

**Universidad Católica de Pereira
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Programa de Administración de Empresas
Pereira
2015**

Tabla de contenido

Tabla de contenido.....	3
Cuadro de figuras.....	4
Cuadro de ilustraciones.....	5
Cuadro de tablas.....	5
Resumen.....	7
Palabras claves.....	7
Abstract.....	7
Keywords.....	7
1. Planteamiento del problema.....	7
1.1. Descripción del área problemática.....	8
2. Formulación del problema.....	13
3. Delimitación.....	17
4. Justificación.....	18
5. Marco referencial.....	20
5.1. Marco teórico.....	20
5.2. Marco contextual:.....	35
5.3. Marco legal.....	26
6. Diseño metodológico.....	32
7. Estructura de empresa.....	34
7.1. Organigrama.....	34
7.2. Descripción de funciones y perfil de los colaboradores.....	35
7.3. Inversión en equipos y herramienta.....	50
8. Evaluación financiera.....	52
8.1. Escenario Pesimista.....	56

8.2.	<i>Escenario Moderado</i>	59
8.3.	<i>Escenario Optimista</i>	60
9.	<i>Modelo Canvas</i>	62
10.	<i>Trabajo de campo</i>	69
11.	<i>Conclusiones</i>	78
12.	<i>Referencias</i>	80
13.	<i>Anexos</i>	85

Cuadro de figuras

Figura 1.	Principales instituciones que participan en la Red Nacional para el Emprendimiento en Colombia.....	15
Figura 2.	Hilo conductor.....	20
Figura 3.	Pereira y AMCO, tasa de desempleo noviembre 2008 - febrero 2012.....	37
Figura 4.	Población ocupada de Pereira.....	37
Figura 5.	Ubicación municipio de Pereira.....	38
Figura 6.	Ventas de motocicletas nuevas según matriculas del RUNT.....	43
Figura 7.	Matriculas de motos por segmento (Participación).....	44
Figura 8.	Matriculas de motos por cilindraje (porcentaje).....	44
Figura 9.	Matrículas de motos por departamento (unidades).....	45
Figura 10.	Compradores por género.....	46
Figura 11.	Edad del motociclista.....	46
Figura 12.	Uso de la moto Pereira.....	47
Figura 13.	Nivel de ingresos de los motociclistas.....	48
Figura 14.	Diseño metodológico.....	32
Figura 15.	Organigrama.....	34
Figura 16.	A la hora de escoger un taller de motos, ¿Cuáles de estos factores considera usted más importante?.....	70
Figura 17.	Calificación de mujeres.....	71
Figura 18.	Calificación de Hombres.....	71
Figura 19.	¿Con qué frecuencia lleva su motocicleta a un taller mecánico?.....	72
Figura 20.	Gasto mensual de motociclistas que van cada mes agl taller.....	72
Figura 21.	Ordene del 1 al 5 los siguientes factores para volver a un taller de motos.....	73
Figura 22.	¿Ha tenido alguna experiencia negativa con algún taller mecánico?.....	74
Figura 23.	¿Cuánto dinero invierte mensualmente en mantenimiento y reparaciones en su moto?.....	75

Figura 24. ¿Actualmente, el taller donde lleva su motocicleta es de su entera confianza?.....	76
Figura 25. ¿En algún momento ha personalizado su moto?.....	77

Cuadro de ilustraciones

Ilustración 1. Crecimiento de venta de motos en Colombia desde el 2000 hasta el 2014.....	11
Ilustración 2. Cadena de valor.	24
Ilustración 3. Tamaño de muestra.....	70

Cuadro de tablas

Tabla 1. Indicador de nivel de exclusión de personas con discapacidad.....	10
Tabla 2. Principales instituciones que participan en la Red Nacional para el Emprendimiento en Colombia.....	15
Tabla 3. Hilo conductor.	20
Tabla 4. Pereira, Índice de Precios al consumidor –IPC- Variación % mensual, acumulada y año completo según grupos de gastos, Febrero de 2012.....	36
Tabla 5. Pereira y AMCO, tasa de desempleo noviembre 2008 - febrero 2012.....	37
Tabla 6. Población ocupada de Pereira.....	37
Tabla 7. Ubicación municipio de Pereira.....	38
Tabla 8. Pereira, población total estimada según comunas, año 2008.....	38
Tabla 9. Pereira. Número de establecimientos educativos en educación.....	39
Tabla 10. Pereira. Resumen de la cobertura en educación superior.....	39
Tabla 11. Doing Business Colombia 2014.....	41
Tabla 12. Ventas de motocicletas nuevas según matriculas del RUNT.	43
Tabla 13. Matriculas de motos por segmento (Participación).	44
Tabla 14. Matriculas de motos por cilindraje (porcentaje).....	44
Tabla 15. Matrículas de motos por departamento (unidades).....	45
Tabla 16. Compradores por género.....	46
Tabla 17. Edad del motociclista.	46
Tabla 18. Uso de la moto Pereira.	47
Tabla 19. Nivel de ingresos de los motociclistas.....	48
Tabla 20. Diseño metodológico.....	32
Tabla 21. Organigrama.....	34
Tabla 22. Gasto mensual de los dueños de motos en talleres mecánicos.....	53
Tabla 23. Gasto mensual promedio por persona.....	54
Tabla 24. Flujo de personas en dos talleres mecánicos.....	55

Tabla 25. Ingresos anuales.....	55
Tabla 26. Costos variables.....	55
Tabla 27. Crecimiento venta de motos Pereira.....	56
Tabla 28. Escenario pesimista.....	57
Tabla 29. Datos flujo de caja escenario pesimista	58
Tabla 30. Escenario moderado.....	59
Tabla 31. Datos flujo de caja escenario moderado	59
Tabla 32. Escenario optimista	60
Tabla 33. Datos flujo de caja escenario optimista	61
Tabla 34. Crecimiento parque automotor	69
Tabla 35. A la hora de escoger un taller de motos, ¿Cuáles de estos factores considera usted más importante?.....	70
Tabla 36. Calificación de mujeres	71
Tabla 37. Calificación de Hombres	71
Tabla 38. ¿Con qué frecuencia lleva su motocicleta a un taller mecánico?	72
Tabla 39. Gasto mensual de motociclistas que van cada mes agl taller	72
Tabla 40. Ordene del 1 al 5 los siguientes factores para volver a un taller de motos.	73
Tabla 41. ¿Ha tenido alguna experiencia negativa con algún taller mecánico?.....	74
Tabla 42. ¿Cuánto dinero invierte mensualmente en mantenimiento y reparaciones en su moto?	75
Tabla 43. ¿Actualmente, el taller donde lleva su motocicleta es de su entera confianza?.....	76
Tabla 44. ¿En algún momento ha personalizado su moto?	77

Resumen

Debido a la globalización y el crecimiento de la competitividad en los mercados nacionales e internacionales se ha creado la necesidad de desarrollar nuevas estrategias que les permitan a las empresas mantener y obtener nuevos mercados, es así como la innovación se presenta como una alternativa para las organizaciones.

Aprovechando el crecimiento de la industria de motos a nivel nacional y regional el presente trabajo de emprendimiento va dirigido a la apertura de un taller de motos en la ciudad de Pereira enfocado en la calidad y personalización, dando un recorrido por aspectos macro y microeconómicos, sociales, administrativos, entre otros, dando las bases teóricas para la validación del proyecto.

Palabras clave

Innovación, emprendimiento, taller, motos, Pereira,

Abstract

The globalization and the growth of competitiveness in domestic and international markets has created a need to develop new strategies that enable them to companies and maintain secure new markets, this is how innovation is presented as an alternative for Organizations .

Taking advantage of the growth of the industry Motorcycle national and regional level this work of entrepreneurship is aimed at the opening of the workshop UN motorcycle in the city of Pereira focused on quality and customization, giving the UN for travel: macro microeconomic, aspects social, administrative, among others, giving the theoretical basis for the validation of the project.

Keywords

Innovation, entrepreneurship, workshop, motorcycles, Pereira

1. Planteamiento del problema.

Descripción del área problemática.

Innovación

La apertura económica que se ha presentado en las dos últimas décadas impulsada por la globalización en países de Sur América, ha desatado una revolución en la forma de crear negocios, la alta competitividad en cada sector, conlleva a que los nuevos empresarios encuentren nuevas salidas para que sus negocios puedan salir a flote y mantenerse durante el tiempo.

La innovación es un medio que le permite a las empresas estar mejor preparados para los cambios que se presenten en el mercado y así poder mantener sus productos en él, y se entiende como “la introducción de un nuevo, o significativo mejorado, producto (bien o servicio), de un proceso, de un nuevo método de comercialización o de un nuevo método organizativo, en las practicas internas de la empresa, la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores” (OCDE y Eurostat, 2006, p.56).

Es por esto que la innovación

(...) contribuye a incidir en mejoras en la posición competitiva, al aumentar las cuotas del mercado como efecto de nuevos productos, mejora en la atención al cliente, excelente calidad, menor precio resultado de las mejoras del proceso o incluso una atención y respuesta más rápida a los clientes, esto es, actuar y hacer más rápido en comparación con los competidores. Ser capaz de hacer algo que nadie más puede o hacerlo de una mejor manera es fuente de ventaja. (Corona Treviño, 2010, p.216)

Sector servicios

Es importante conocer el sector y su evolución, su participación en las economías, tanto locales como internacionales, y así hallar nuevas soluciones que puedan suplir las necesidades que no se están supliendo o mejorar las que exista, obteniendo así una ventaja competitiva frente a las empresas con las que estamos compitiendo.

(...) los servicios, también, han sido definidos por las características propias de los resultados de su actividad; es decir, son intangibles, no poseen una cualidad de exterioridad, no pueden mantener en inventario, hay simultaneidad entre producción y consumo, existe alta heterogeneidad, dificultad de estandarización y comúnmente es visto como un acto o un proceso más que un resultado dado. (Rivera Rodríguez, 2012, p.36)

“Los servicios son una industria con gran potencialidad, su crecimiento es continuo y estable” (Ramos Velázquez, 2011, p.40). Considerado anteriormente como un sector de baja productividad y de escasa o nula transabilidad, el cual ha sufrido unos cambios significativos durante los últimos años. (Ramos Velázquez, 2011, p.40). “El sector servicios es hoy dominante en la economía mundial en términos de su peso en el empleo y en el PIB y su relevancia viene creciendo a lo largo del tiempo” (López, & Ramos, 2013, p.1).

En el 2011 el sector servicios presentó unos excelentes indicadores para las economías desarrolladas “En 2011 los servicios contribuían con 74% del PBI en el mundo desarrollado (contra 71% en 2000) y 55% en los países de ingresos medios y bajos (contra 53% en 2000)” (López, & Ramos, 2013, p.1).

En este sector se concentraba gran parte del capital humano “En tanto, en el promedio 2008-2011 los servicios absorbían 85% del empleo femenino y 64% del empleo masculino en los países desarrollados (contra 76 y 56% respectivamente en 1990-92)” (López, & Ramos, 2013, p.1).

Pero no solo fueron buenos para las economías de países desarrollados, en América Latina también tuvieron una buena participación en el PIB y el empleo con respecto a los demás sectores “En América Latina y el Caribe los servicios representaban el 62%

del PBI en 2011 y el 78 y 52% del empleo femenino y masculino respectivamente” (López, & Ramos, 2013, pp.1-2).

El sector de los servicios prestados a las empresas excepto servicios financieros e inmobiliarios cumple un papel muy importante dentro de la economía nacional pues hace referencia a los principales proveedores de las empresas nacionales y que generan importantes ingresos para la economía del país. (Sánchez de los Ríos, 2011, p.3)

Población en estado de discapacidad

Además el sector servicio permite la vinculación de personas en estado de discapacidad ya que muchas tareas no requieren de un mayor esfuerzo físico, como lo es el trabajo de secretaria(o), y Risaralda en el Censo de población y vivienda del 2005 se identificaron 57.866 personas con limitaciones permanentes, y al aplicar un indicador de capital humano, en el departamento, se ubica con un nivel de 1 o Bajo de exclusión (40,83%), y más precisamente en el ámbito social se presenta las siguientes calificaciones. (Gómez, 2010)

Dimensión / Nivel de Exclusión	Bajo	Bajo - Medio	Medio	Medio - Alto	Alto
DIMENSIÓN SOCIAL					
Trabajan (mayores de 9 años)	24	20	20	15	
Recibió capacitación para el trabajo	7	3	2	4	
Se capacitaron para el trabajo en el SENA	29	30	67	21	

Tabla 1. Indicador de nivel de exclusión de personas con discapacidad.

Fuente: Gómez Beltrán, p.226. (Modificado por el autor)

Por tal razón este talento humano que se encuentra buscando empleo es una gran herramienta para las empresas, debido a su ímpetu que los impulsan a salir adelante y

demostrarle a la sociedad que son personas útiles para el crecimiento y desarrollo de la región.

Venta de motocicletas

El sector de venta de motocicletas tiene un crecimiento acelerado en la última década, hasta llegar a cuadruplicarse el número de vehículos vendidos desde el 2004 hasta el 2013, y llegar a más de 660.000 motos vendidas al año, lo cual es tendencia y con aumentos exponenciales cada periodo.

Año	Producción Mcdo Nal	Importaciones	Consumo Aparente
2000	53.490	4.038	57.528
2001	53.497	5.710	59.207
2002	71.313	8.509	79.822
2003	89.199	9.990	99.189
2004	150.943	13.287	164.230
2005	248.741	31.376	280.117
2006	388.678	57.942	446.620
2007	406.324	74.363	480.687
2008	381.598	49.590	431.188
2009	304.309	21.108	325.417
2010	373.620	19.820	393.440
2011	508.989	21.315	530.304
2012	554.484	43.164	597.648
2013	620.837	40.012	660.849
2014	652.293	44.257	696.550

Ilustración 1. Crecimiento de venta de motos en Colombia desde el 2000 hasta el 2014

Fuente: ANDI, Sector de motocicletas

Todo esto por la gran participación que presenta Colombia en el sector de ensambladores de motos, en donde, ocupa el segundo lugar solo superado por Brasil,

que permite ofrecer al mercado bajos precios para estos vehículos, cosa que las familias colombianas han visto como una opción de sustituir el deficiente transporte público de sus ciudades.

Debido a estos crecimientos en las ventas de motocicletas, el servicio de mantenimiento y venta de repuestos de motos es muy atractivo para los inversionistas.

Talleres de motos

En la actualidad los talleres de motos cuentan con un mal servicio al cliente, en donde éstos desconfían de los mecánicos a los que les llevan a reparar sus vehículos, en estos lugares a los clientes no se les brinda una solución completa al problema que presentan sus motos, al contrario se realizan trabajos a medio hacer, en ocasiones se le realizan daños, se les instalan piezas de menor calidad que se desgastan y averían más rápido, así la persona debe volver rápido al taller para realizar otras reparaciones.

Es allí donde un taller de categoría mundial enfoca su estrategia en fidelizar a sus clientes, generándoles una mayor confianza en su servicio, efectuándolo con honestidad y calidad, logrando que su negocio obtenga una buena reputación y obtener nuevos clientes a diario.

Pero entrar a un mercado de competencia perfecta, que “Es la estructura de una industria (u organización de mercado) donde intervienen muchas empresas, cada una de ellas es pequeña en relación con la industria, prácticamente producen los mismos productos y ninguna es lo bastante grande para tener algún grado de control sobre los P”, (Alfonso & Chica, s.f, p.1), no es muy atractivo para un empresario, es por esto que se deben identificar nuevos mercados con poca o nula participación, es el caso de las motos de alta gama, especialmente extranjeras que cuentan con muy pocos centros de servicios a nivel nacional, dependiendo de cada marca, por ejemplo, la marca Ducati solo tiene uno en Colombia.

1. Formulación del problema.

Entrepreneurship

La creación de empresa después de la década de los noventa ha tomado mucha fuerza, se ha visto como una forma de poder salir de las crisis económicas y la falta de empleo que se presentan en algunos países, “La creación de empresas, también conocida como entrepreneurship, en la actualidad ha sido un área de un desarrollo creciente, gracias al gran aporte en el desarrollo económico que ha generado” (Chávez-Jiménez & Vargas-Hernández, 2012 p.1).

El fenómeno entrepreneurship ha fortalecido el país ante la crisis económica que enfrenta así como ante la falta de oportunidades de empleo, ya que como respuesta a estas dificultades, gran parte de los ciudadanos se han enfocado en crear sus propias fuentes de ingreso mediante proyectos de autogestión, lo cual se refleja en la creación de nuevas empresas. (Chávez-Jiménez & Vargas-Hernández, 2012, p.1).

En Colombia desde 1991 se ha visto el interés creciente por el desarrollo de más y mejores empresas que ayuden a crecer la economía, y debido a las aperturas de mercados y la competencia extranjera se requiere de un mayor desarrollo para que éstas tengan una solidez y puedan generar empleo y ayudar a que la economía nacional crezca “Con la aprobación de la Constitución Política de 1991, los agentes económicos de Colombia tuvieron que afrontar nuevas condiciones para desarrollar sus actividades y competir de manera más directa con las empresas extranjeras” (Tarapuez Chamorro, Osorio Ceballo, & Botero Villa, 2013, p.275).

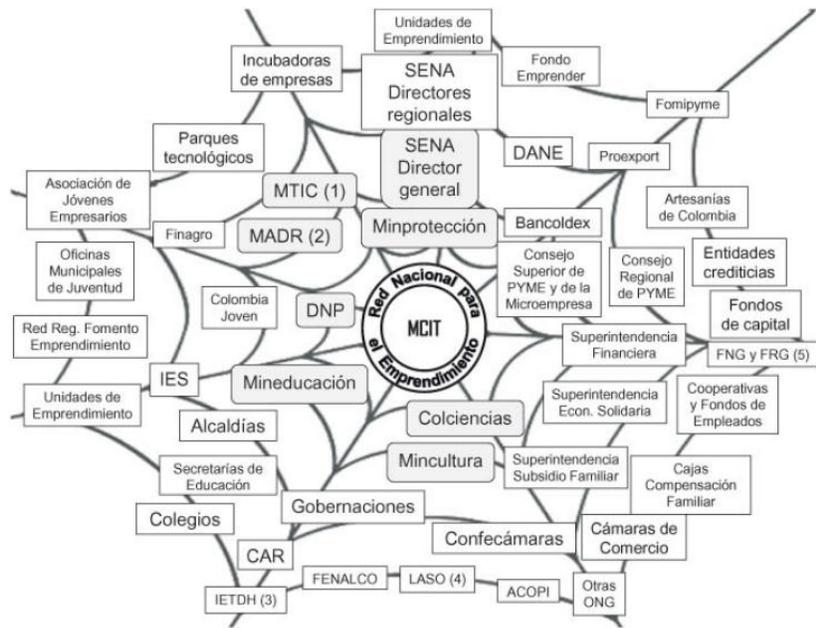
De igual forma no se le da la importancia que requiere la creación de empresas en Colombia, pero,

Al incluirse el emprendimiento en la agenda de gobierno del presidente Uribe en 2002, se logra brindar la importancia necesaria a este tema, aspecto que al parecer generó la

dinámica necesaria para involucrar a entidades públicas y privadas de distintos niveles que posteriormente terminaron operando de forma coordinada bajo un esquema de política pública. (Tarapuez Chamorro, Osorio Ceballo, & Botero Villa, 2013, p.275)

Con unas series de estrategias que apuntaban al desarrollo de nuevos emprendedores durante el mandato de Uribe, se “(...) incluyó una variada gama de estrategias, pasando por la sensibilización de los colombianos en cuanto al emprendimiento, formación, creación de empresas de base tecnológica, financiación y desarrollo de incubadoras, entre otras” (Tarapuez Chamorro, Osorio Ceballo, & Botero Villa, 2013, p.279).

En 2002, se aprueba la Ley 789 (Congreso de la República de Colombia, 2002) que creó el Fondo EMPRENDER (art. 40) como una cuenta independiente y especial adscrita al SENA, que dinamizaría el entusiasmo de las universidades a través de sus unidades de emprendimiento, apoyando a sus estudiantes para que presentaran sus propuestas ante dicho fondo y accedieran a capital semilla no reembolsable. (Tarapuez Chamorro, Osorio Ceballo, & Botero Villa, 2013, pp.278-279)



Principales instituciones que participan en la Red Nacional para el Emprendimiento en Colombia.

(1) Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones; (2) Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural; (3) Institutos de Educación para el Trabajo y el Desarrollo Humano; (4) Laboratorios Sociales de Cultura y Emprendimiento; (5) Fondo Nacional de Garantías y Fondos Regionales de Garantías.

Tabla 2. Principales instituciones que participan en la Red Nacional para el Emprendimiento en Colombia

Fuente: Tarapuez Chamorro, Osorio Ceballo, & Botero Villa, 2013, pp.278-279

La creación de empleo es un factor importante a la hora de crear una nueva empresa, siendo una variable que califica entidades de financiación como lo es el Fondo Empezar entre otras.

Proceso de reclutamiento y selección de personal

Las organizaciones requieren de colaboradores altamente calificados, pero no solo en conocimientos para desarrollar dicha actividad, también es importante que el colaborador esté bien formado en principios y valores, debido a que, va a tener constante interacción con otras personas, tanto como compañeros de trabajo y clientes.

Por tal razón se requiere de un buen proceso de reclutamiento y selección, entendido como el proceso de atracción de candidatos calificados para un cargo, realizando un buen filtro, el cual permita que las personas que presenten características deseadas

por la organización y sean los candidatos más adecuados para los cargos de la organización, teniendo como fin maximizar la eficiencia y el desempeño del personal y posteriormente el de la organización. (Jaramillo Naranjo, 2005)

Es pertinente tener igualdad en el proceso de reclutamiento del personal y ambiente laboral en el que se desarrollan las actividades de los colaboradores, creando una empresa incluyente, consciente de que las personas con discapacidad juegan un papel preponderante en la vida empresarial tanto con clientes, empleados, proveedores y accionistas. (Zuluaga Restrepo, 2012, p.11)

La exclusión social de individuos con algún tipo de limitación es cada vez mayor, con lo cual los costos sociales para un país en vía de desarrollo como Colombia son muy elevados. (Uribe Restrepo, Jiménez Builes, & Ramírez Patiño, 2009, p.4) Siendo ellos una gran fuerza laboral con pocas oportunidades, que debido a la exclusión social que tienen, afectan negativamente el desarrollo de Colombia, es por eso que la idea de crear empresas en donde a estas personas se les brinde la oportunidad de crecer y desarrollarse profesionalmente es necesaria para ayudar al crecimiento del país.

Formulación de pregunta, objetivo principal y específicos del trabajo

La creación de empresa es una forma de que los nuevos empresarios aporten sus conocimientos y experiencias para solucionar problemas que se estén presentando en el mercado actual, tales problemas en la actividad de mantenimiento y reparación de motos planteados previamente en la descripción del problema.

Tomando en cuenta lo dicho hasta el momento, la pregunta que surge para el presente trabajo es la de ¿Cuál es la viabilidad de la apertura de un taller de motos en la ciudad de Pereira enfocado en la atención al cliente, con un servicio personalizado donde se le brinde seguridad y calidad en la solución del problema para la población de Pereira y Dosquebradas?

A partir de la fase inicial de la investigación, siendo esta la formulación del problema se plantean los objetivos a lograr. De manera que, como objetivo general se tiene;

determinar la viabilidad de la apertura de un taller de motos en la ciudad de Pereira enfocado en la atención al cliente, con un servicio personalizado donde se le brinde seguridad y calidad en la solución del problema para la población de Pereira y Dosquebradas.

Para alcanzar éste, es necesario trazar unos objetivos específicos que permitan dar respuesta a la pregunta de investigación. Entre ellos encontramos; conocer el nivel de satisfacción de los usuarios de talleres para motocicletas en las ciudades de Pereira y Dosquebradas, identificar la viabilidad financiera de la apertura de un taller de motos enfocado en el servicio personalizado al cliente, estructurar los requisitos administrativos para la conformación de la empresa y conocer los requerimientos legales exigidos para un taller de motos en la ciudad.

2. Delimitación.

El presente proyecto de emprendimiento se llevara a cabo en la ciudad de Pereira, se desarrollara en tres etapas, las dos primeras a corto y mediano plazo y la última a largo plazo; la primera etapa se realizó durante el 2014, la cual consistió en el planteamiento teórico y preparatorio del negocio, la segunda etapa, será la ejecución y puesta en marcha de la idea durante el 2015 y la tercera etapa se tendrá un plazo de 5 años para obtener la certificación de Ducati como taller autorizado.

El taller de motos Santy, ira dirigido hacia la población de motociclistas de las ciudades de Pereira y Dosquebradas, que buscan seguridad y confianza en un servicio de calidad para el mantenimiento preventivo, mantenimiento correctivo, personalización, repuesto y accesorios para motocicletas de 2 y 4 tiempos, De igual forma para los propietarios de motos Ducati en un radio de 300 km de la ciudad de Pereira a largo plazo como se dijo anteriormente.

Además de tener un servicio técnico para las marcas más comercializadas tales como Suzuki, Yamaha, Honda, Auteco, entre otras, se empezará a trabajar en un proyecto innovador de la región, que consistirá en el proceso de acreditación de la marca de

motos de alta gama Ducati, originaria de Italia, la cual posee un taller autorizado en la ciudad de Bogotá, avenida carrera 15 # 100-50, llamado Ducati Bogotá.

Dicho proyecto consistirá en que, el Taller de motos Santy sea un taller autorizado para la reparación y mantenimiento de los vehículos Ducati, y por consiguiente un distribuidor de sus repuestos y así generar confianza y seguridad en los propietarios de productos de esta marca.

3. Justificación.

Como futuro Administrador de Empresas de la Universidad Católica de Pereira, se ve la necesidad de emprender un proyecto de emprendimiento en el cual se pueda poner en marcha un plan de vida, con este proyecto se busca la generación de empresa propia, la cual pueda ayudar al desarrollo económico de la región, generar empleos a egresados del SENA y apoyar a las personas con discapacidades físicas, a que puedan desempeñar una labor.

Es por estas razones que el presente trabajo de grado se realizó en la modalidad de proyecto de emprendimiento y así aplicar los conocimientos que se han adquirido durante la carrera profesional para construir un futuro y asesorado por un estudiante de Ingeniería Mecánica de la Universidad Tecnológica de Pereira.

En la familia ha habido una tradición y apego emocional hacia las motos, que se ha venido manteniendo desde anteriores generaciones, siendo esta una razón por la cual se decide escoger el sector de servicios y la actividad de mantenimiento y reparación de motos, ya que se puede obtener el apoyo y asesoramiento en el transcurso del proyecto y obtener conocimientos a través de la experiencia de otras personas.

Además de los motivos emocionales para realizar este proyecto, también tomo como motivación el gran crecimiento que hay tenido el parque automotor (motos) en la ciudad

de Pereira, siendo este el transporte favorito de los Pereiranos lo cual se ampliará más adelante.

Malas experiencias y comentarios de conocidos con respecto al pésimo servicio y atención que presentan muchos talleres de la ciudad, es también un factor motivacional para entrar a este sector con una idea de negocio aplicada por los grandes concesionarios de las principales marcas de motocicletas del país pero que sus precios son altos y poco accesibles para el 72% de los motociclistas que su salario esta entre uno y dos salarios mínimos para el 2012 según el Comité de Ensambladores de Motos Japonesas (CEMJ,2013, p.24), para estas personas pagar un precio elevado por el mantenimiento o reparación de su moto no es una opción, ya que la principal razón por la cual estos las utilizan es por su economía y ahorro con los demás medios de transportes de la ciudad.

Por lo anterior, este trabajo parte de la motivación de suplir una necesidad básica de los motociclistas, que es el mantenimiento y reparación de sus vehículos, con amplios estándares de calidad, generando seguridad al cliente y una gran experiencia en la prestación del servicio así logrando su fidelización con la empresa, permitiendo a la empresa ser la favorita entre ellos.

4. Marco referencial.

4.1. Marco teórico.

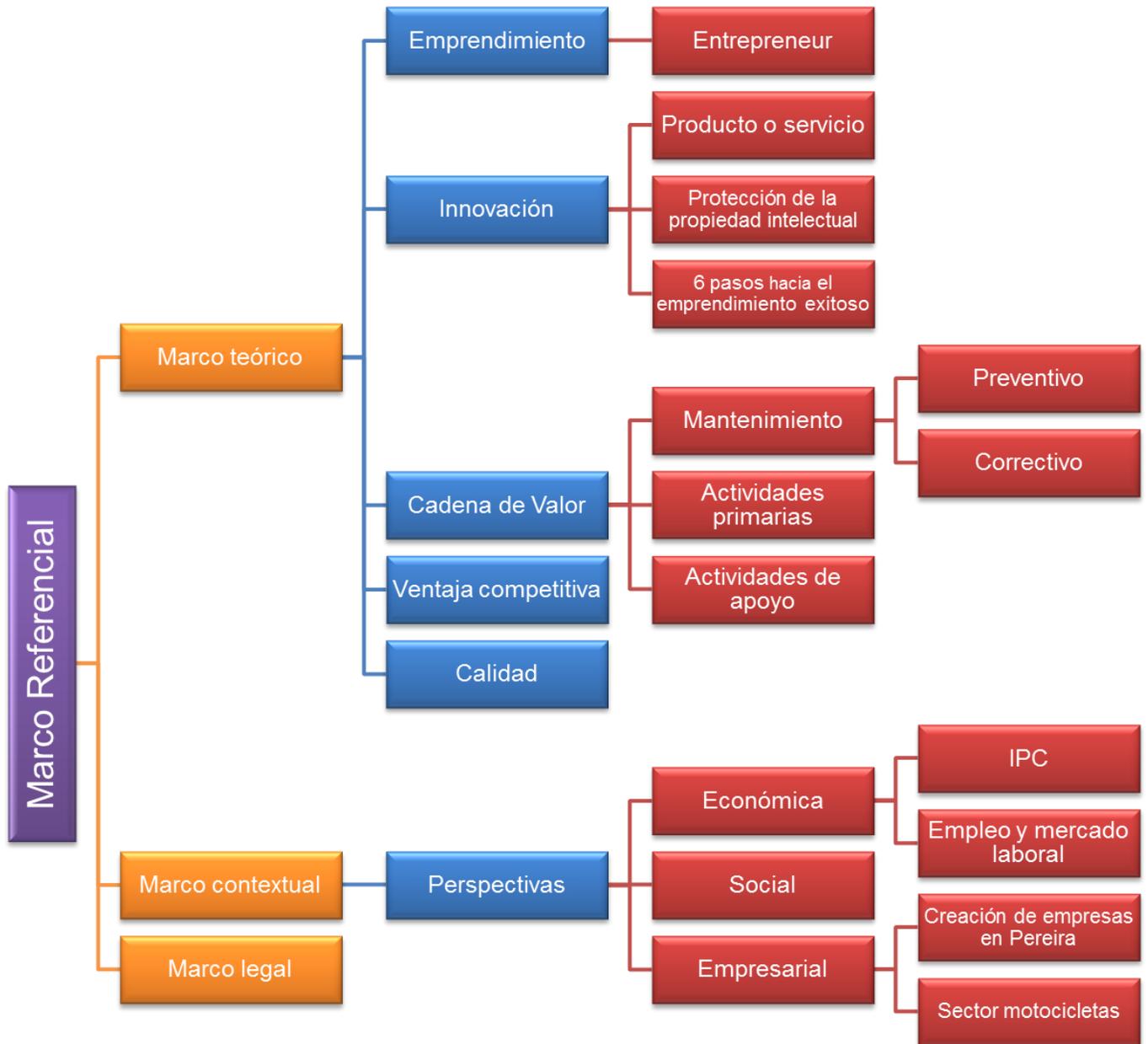


Tabla 3. Hilo conductor.

Fuente: Elaboración propia

Para Formichella (2004) emprendimiento es “(...) el desarrollo de un proyecto que persigue un determinado fin económico, político o social, entre otros, y que posee ciertas características, principalmente que tiene una cuota de incertidumbre y de innovación” (p.3) por tal razón se puede entender como emprendimiento, colocarse una meta en este caso desarrollar un proyecto, para así obtener un resultado, ya sea económico o social.

Pero para llevar a cabo este proyecto se requiere de una persona con cualidades especiales y diferenciadoras a las demás, es esta persona llamada, emprendedor, “La palabra emprendedor tiene su origen en el francés entrepreneur (pionero), y en un inicio se usó para denominar a aquellos que se lanzaban a la aventura de viajar hacia el Nuevo Mundo” (Formichella, 2004, p.3).

Y “Justamente ese ingrediente de actuar bajo incertidumbre es la principal característica que distingue hoy a un emprendedor” (Formichella, 2004, pp.3-4).

En este orden de ideas, un “emprendimiento posee la característica de ser innovador (...) significa introducir un cambio, éste puede ocurrir en la estructura social, en la gestión pública, en la elaboración de un producto o en la organización de una empresa, entre otros.” (Formichella, 2004, p.5). Es decir, la innovación se entiende como el hecho de crear, desarrollar o aplicar algún elemento nuevo en diferentes entornos.

“Las actividades innovadoras corresponden con todas las operaciones científicas, tecnológicas, organizativas, financieras y comerciales que conducen efectivamente, o tienen por objeto conducir, a la introducción de innovaciones” (OCDE y Eurostat, 2006, p.57) y que esto “(...) representa un camino mediante el cual el conocimiento se traslada y se convierte en un proceso, un producto o un servicio que incorpora nuevas ventajas para el mercado o para la sociedad.” (Formichella, 2004, p.5).

Por tal razón la importancia de esta acción, ya que con ésta se pueden realizar mejoras a procesos, productos o servicios, que traigan consigo nuevas tecnologías, reducción de costos y tiempo en procesos de producción, y un sinnúmero de beneficios, tanto para el emprendedor como para los clientes y la sociedad.

Schumpeter (citado por Formichella, 2005, p.36) “afirma que la innovación es la que posibilita que exista el crecimiento y el desarrollo socio-económico, por medio de un efecto de retroalimentación”. Es por esto que los emprendedores deben apostar hacia la innovación como factor principal en el desarrollo de su negocio.

Parra et al. (2007, p.20) expone una serie de tipos de innovación, de los cuales se trataron los dos más representativos “innovación en el producto o servicio” que consiste en “ofrecer algo que nadie más pueda ofrecer” y “protección legal de la propiedad intelectual” que es “ofrecer algo que los otros no puedan hacer a menos que pague una licencia u otro tipo de precio por ello”

Pero para desarrollar todo este proyecto, primero se debe construir una base teórica, la cual no va a garantizar el éxito de éste, pero si va ayudar en gran medida para que tenga un buen resultado el ejercicio.

Mullins (2012, p.35) expone “(...) los seis pasos hacia el emprendimiento exitoso”, dejando claro como se dijo anteriormente, esto no va a garantizar que el proyecto de emprendimiento tenga éxito, pero si va ayudar para su desarrollo.

En primer lugar se empezaría con el descubrimiento de una oportunidad de la cual se pueda obtener provecho, pero algo importante antes de conseguir el dinero y los recursos necesarios para poner en marcha el negocio, el emprendedor debe analizar cuidadosamente y sin ningún tipo de apego la oportunidad misma. Teniendo en cuenta algunas preguntas importantes tales como; ¿Se tiene una oportunidad aceptable de supervivencia? ¿O se va a perder meses o años siguiendo una idea errónea? Es así que para empezar a elaborar el plan de negocios es primordial pasar primero por estos dos pasos: descubrir una oportunidad y evaluarla objetivamente. La elaboración de un plan de negocios viene en tercer lugar. (Mullins, 2012)

Con este plan de negocio desarrollado, se puede seguir con el cuarto paso que consiste en la búsqueda y obtención recursos necesarios para poner en marcha el nuevo negocio, ya sean estos recursos financieros y humanos, como son los socios, proveedores y asesores. El siguiente paso a seguir es la gestión de la empresa hacia el crecimiento, el cual le de las herramientas y la capacidad de sobrevivir en la industria

que ha entrado. Y para finalizar, el paso 6, consiste en cosechar el valor de la empresa, ya sea vendiéndola rentablemente o cotizándola en una bolsa de valores. (Mullins, 2012)

Es así como estos pasos pueden ayudar al emprendedor en su camino hacia el éxito en sus proyectos, pero además de esto, este debe de conocer conceptos básicos de su negocio, como es en este caso para un taller de motos, los dos principales sería mantenimiento correctivo y preventivo.

Mantenimiento correctivo consiste en la “actividad humana desarrollada en equipos e instalaciones, cuando a consecuencia de alguna falla, han dejado de prestar la calidad de servicio esperada.” (Sánchez 2011, p.11)

Y mantenimiento preventivo refiriéndose a “este mantenimiento normalmente incluye inspecciones periódicas de instrumentos y equipos, haciendo las tareas de limpieza, lubricación, ajuste, comprobación y reemplazo de componentes defectuosos, que pudieran fallar, alterando el estado operacional del equipo antes de la próxima fecha.” (Sánchez, 2011, p.12)

Una buena articulación de estas principales actividades va a permitir a un taller obtener una estructura estable y organizada representada por su cadena de valor, que les brinde las herramientas y conocimientos necesarios para prestar un servicio con altos niveles de calidad.

Michael Porter planteó la cadena de valor, como medio para identificar las actividades de valor que son las que llevan a una organización, por medio de una estrategia competitiva, lograr desarrollar su misión y alcanzar su visión. Siendo estas actividades de valor, los procesos distintos físicos y tecnológicos que realiza una organización, teniendo una participación directa en la consecución de la ventaja competitiva. (citado por Santos Pérez, 2005). Entendiendo como ventaja competitiva

El valor que una empresa es capaz de crear para sus compradores, por medio de varias actividades discretas que son guiadas por la buena implementación de las estrategias competitivas que una empresa establece para estar por encima de las demás que se encuentren en el mercado. (Santos Pérez, 2005, p.20).

Se pueden dividir en dos tipos; actividades primarias, son las que están directamente relacionadas con la actividad productiva, tales como: la logística interna, operaciones, ventas y mercadotecnia, logística externa, el servicio y las actividades de apoyo, tiene como fin asistir, respaldar y sustentar las actividades involucradas en las actividades primarias, proporcionándoles insumos, tecnologías, recursos humanos y variadas funciones administrativas, se encuentran: las compras, desarrollo tecnológico, gestión de recursos humanos e infraestructura. (Citado por Santos Pérez, 2005)



Ilustración 2. Cadena de valor.

Fuente: Devoto Ratto

.Para la construcción de una cadena de valor Santos Pérez (2005) cita tres pasos;

1. Realizar una comparación de las actividades de la cadena de valor genérica, por medio de la comparación de cada una de las actividades primarias y de apoyo.
2. Realizar un análisis de las actividades de valor por separado, teniendo en cuenta dos aspectos: cuando la actividad tiene un potencial de impacto de diferenciación y cuando representa una parte importante en los costos. Esto lleva a que la organización identifique cual es la estrategia competitiva que más le conviene plantearse.
3. El estudio del entorno externo e interno de la organización, para determinar las fortalezas, amenazas, oportunidades y debilidades que se deben tener en cuenta al analizar cada una de la actividades de valor que componen la cadena de valor.

Garantizar un excelente servicio gracias a una estructura organizada y funcional, además de aprovechar las ventajas competitivas que se identifiquen y sean un factor de diferenciación con respecto a la competencia, va permitir obtener un reconocimiento de los clientes y clientes potenciales, convirtiendo esto en la fidelización de los usuarios de los servicios de la organización, importante para que las empresas perduren a través del tiempo en el mercado

Fidelizar es la capacidad de que las empresas logran mantener un cliente satisfecho a través del tiempo. Contemplando la creación de barreras de salida del cliente. (Tolosa Vargas, N. & García Agudelo, M, s.f)

En el país las PYMES han empezado, entonces, a adoptar intuitiva y empíricamente esta estrategia de mercadeo y están comenzando a modificar la visión de las empresas. Han pasado de un modelo de transacción de negocios a un modelo de perdurabilidad centrado en el cliente para constatar que sin muchos recursos pero con estrategias de mercadeo relacional, es decir focalizados en el cliente, pueden fidelizar a los consumidores, perdurar y ganar mercado. (Tolosa Vargas, N. & García Agudelo, M, s.f, p.11)

Para finalizar este marco teórico es indispensable definir un término que se ha venido mencionando a lo largo de texto, la calidad, definida por la Real Academia Española (2001) como una “Propiedad o conjunto de propiedades inherentes a algo, que permiten juzgar su valor” (p.1)

4.2. Marco legal.

Para abrir una empresa en la ciudad de Pereira, se deben cumplir con los siguientes requisitos establecidos por la Cámara de Comercio de Pereira (2014):

Trámites ante la Cámara de Comercio para la creación de empresa y matrícula del establecimiento

Con base en la Ley 232 de 1995 y demás normas concordantes es obligatorio para el ejercicio del comercio, que todos los establecimientos abiertos al público reúnan los siguientes requisitos:

1. Cumplir con las normas de uso del suelo

Comprende la verificación de la ubicación del establecimiento y su actividad a desarrollar, cumpliendo con las normas urbanísticas del (P.O.T) y sus decretos complementarios, informándole al comerciante sobre la conformidad o no en el uso del suelo (Este trámite no tiene ningún costo).

2. Cumplir con las condiciones sanitarias

Descritas por la Ley 9ª de 1979 y las demás normas vigentes sobre la materia.

Comprende todas las normas de higiene y sanidad que deben tener en general los establecimientos y los requisitos básicos que deben cumplir todos los establecimientos cuando su actividad está relacionada con el consumo y la manipulación de alimentos (Este trámite no tiene ningún costo).

3. Cumplir con las normas mínimas de seguridad

Abarca las medidas mínimas de seguridad, que deben tener en sus locales comerciales, tales como: extintores, botiquín, señalización, y adecuada estructura del cableado eléctrico, entre otros.

4. Cancelar el valor correspondiente a Derechos de Autor

El Artículo 159 de la Ley 23 de 1982, ordena que quien en su establecimiento posea medios de radiodifusión, debe pagar la autorización para comunicar la música legalmente.

5. Cumplir con las normas ambientales exigidas por la CARDER

La licencia ambiental se define como la autorización para ejecutar una obra o actividad sujeta al cumplimiento por el beneficiario de los requisitos que la misma establezca en relación con la prevención, mitigación, corrección, compensación y manejo de los efectos ambientales de la obra o actividad autorizada.

Se exige licencia ambiental en los casos taxativamente enunciados en los artículos 8 y 9 del Decreto 1220 de abril de 2005, modificados por el Decreto 500 de 2006.

Luego de que el Nuevo empresario haya formalizado su empresa ante la Cámara de Comer de Pereira, éste también adquiere unos compromisos con ella, los cuales son:

- Renovar el registro mercantil entre el 1 de Enero y el 31 de Marzo de cada año.
- Informar los cambios que realice en desarrollo de su actividad comercial: cambio de dirección, actividad, nombre del establecimiento, compraventas de establecimiento y cese de actividades (Cancelación matrícula).
- Presentar y pagar la declaración del impuesto municipal de Industria y Comercio según corresponda, conforme a la clasificación a la cual pertenezca.
- Presentar la declaración de Retención a título del impuesto de Industria y Comercio (RETEICA) (Solo Agentes Retenedores) teniendo en cuenta el calendario tributario de esta entidad.
- Informar los cambios que realice en desarrollo de su actividad comercial y el cese de actividades, dentro de los plazos establecidos por el Estatuto Tributario (Acuerdo 41 de 2012).

Norma Técnica Colombiana (NTC) 5771

Con base en las Norma Técnica Colombiana 5771 dada por Icontec (2010, pp.1-2) se darán la definiciones de los requisitos que esta norma establece para la gestión del servicio en establecimientos que cumplen la función de reparación y mantenimiento preventivo y correctivo de vehículos automotores. (Icontec, 2010, pp.1)

- **Calidad de servicio.** Capacidad para satisfacer las expectativas y requisitos de los clientes durante la actividad y la prestación de los servicios adicionales.
- **Capacidad de atención.** Máximo número de automotores que el establecimiento pueda arreglar en una hora dentro de sus instalaciones.
- **Cliente.** Persona natural o jurídica que requiere y recibe un servicio de reparación del vehículo automotor.
- **Competencia.** Conjunto de destrezas y conocimientos necesarios para desarrollar adecuadamente la actividad de reparación y mantenimiento del vehículo.
- **Compromisos adquiridos.** Obligaciones adquiridas, se incluyen los relacionados con la satisfacción de los clientes, los servicios adicionales, las quejas y reclamaciones, las cantidades entregadas a cuenta, los plazos máximos para solucionar una queja o reclamación, y similares.
- **Comunicación.** Información suministrada sobre cualquier aspecto relacionado con la actividad de venta y el propio establecimiento, así como la información proporcionada por los clientes durante la actividad de venta.
- **Credibilidad.** Efecto obtenido mediante la honradez, veracidad y sinceridad mostrada por el personal del establecimiento a los clientes.
- **Comprensión del cliente.** Capacidad para identificar las características, expectativas y necesidades de los clientes.

- **Fiabilidad.** Capacidad para ejecutar el servicio prometido sin errores y haciendo las cosas bien desde el principio.
- **Instalaciones.** Conjunto de dependencias del establecimiento necesarias para desarrollar la actividad de arreglo de vehículos automotores. Entre las instalaciones más frecuentes se encuentran, sala de proceso, sala de espera y administración.
- **Mantenimiento correctivo.** Reparación inmediata de los vehículos que presenten fallas o desperfectos de cualquier naturaleza.
- **Mantenimiento preventivo.** Intervenciones efectuadas en los vehículos tendientes a precaver el deterioro o falla del vehículo, y garantizar su funcionalidad en óptimas condiciones de operación.
- **Personal del establecimiento.** Son todas las personas implicadas en la actividad del servicio de reparación y mantenimiento de automóviles, entre otros: la administración, los operarios, los técnicos y similares.
- **Seguridad.** Inexistencia de peligros o riesgos que atenten contra la integridad física de los clientes o de sus bienes en el establecimiento comercial.
- **Establecimiento.** Construcción o instalación de carácter permanente, destinada al ejercicio regular de actividades de reparación y mantenimiento de vehículos.

Para ser un taller autorizado por la marca Ducati (s.f.) se requiere cumplir de unos requisitos que estos exigen los cuales se encuentran en su página oficial <http://www.ducati.com/>, los cuales son los siguientes:

Esta es una oportunidad única para convertirse en miembro de una red de distribuidores muy particular con una de las marcas Premium más exitosas de Italia en el mundo. Como era de esperar, estamos buscando a los candidatos de mayor calidad para representar a la marca Ducati en zonas designadas de distintos países.

La compra de una Ducati es una decisión muy especial para cualquier persona y necesitamos excepcionales distribuidores para proporcionar una experiencia

SUPERIOR a nuestros clientes. Su compromiso será el proporcionar tan solo eso, adoptando un completo enfoque de estilo de vida Ducati para su negocio .La oportunidad de negocio abarca una gama única en ventas de motocicletas nuevas y usadas, una amplia gama de los más modernos accesorios, un estilo de vida de marca, ropa técnica de equitación y un alto nivel en servicio y venta de piezas. Estos son los elementos clave de un concesionario Ducati que debe tener un personal y una dirección con los más altos estándares. Para abrir un concesionario Ducati o añadir la franquicia Ducati a su ya establecido negocio, usted debe poseer ciertas características muy importantes para nosotros.

Pasión por las motos.

Solo aquellas personas que viven y respiran motocicletas pueden vender Ducati.

Pasión por Ducati.

Los clientes Ducati se encuentran entre los motoristas más dedicados y apasionados en el mundo y usted debe serlo también, ellos no esperan menos!

Buena comunicación y habilidades interpersonales.

El lugar donde está representada la marca Ducati no es sólo un punto de venta, es un lugar de descubrimiento donde la gente viene a hablar de motos, viajes y carreras. El director general de un concesionario Ducati, debe tener una personalidad extrovertida y gustarle estar con otras personas.

Un espíritu emprendedor.

Vender motocicletas Ducati es un negocio divertido, pero su gestión requiere de mucha habilidad. La capacidad demostrada para dirigir una empresa moderna es crucial.

Una visión de negocio de 360 °. La apelación al buen servicio.

La correcta gestión del departamento de Servicio al público es clave para la rentabilidad general de su concesionario, así como la relación a largo plazo con los

clientes. Los empresarios Ducati deben tener esta completa visión de negocio para el éxito tanto de su negocio como de la marca que orgullosamente representamos.

Además de estas importantes cualidades, el correcto candidato, debe poseer los siguientes elementos fundamentales:

- **Financiación.** El solicitante debe estar a disposición de niveles adecuados de financiación con el fin de iniciar y mantener un exitoso concesionario.
- **Instalaciones.** Debe tener un establecimiento adecuado y disponible dentro del territorio designado.
- **Experiencia.** Lo ideal sería que usted tuviera experiencia en venta de motocicletas al por menor o al menos tener el fondo de gestión necesario para contratar las habilidades necesarias para su negocio.

Si desea abrir un concesionario Ducati en EE.UU., Canadá o México, descargue el formulario “Conviértase en un Concesionario Ducati” y envíelo a becomeadealer@ducati.com. (Anexo 1. Formulario conviértase en un concesionario Ducati)

El formulario aquí enlazado se encuentra en inglés y se requiere por favor que se complete en inglés también.

IMPORTANTE: Esta es una oportunidad rentablemente única. Los beneficios pueden ser mucho mayores, pero usted debe estar totalmente dedicado y apasionado sobre Ducati. Las expectativas en Ducati siempre son altas, nuestros clientes siempre esperan excelentes productos y un servicio Premium, nuestros equipos de competición esperan ganar carreras y campeonatos...La pasión y la dedicación son las que nos llevan a dar ese paso más para cumplir con dichas expectativas y cosechar sus recompensas.

6. Diseño metodológico.

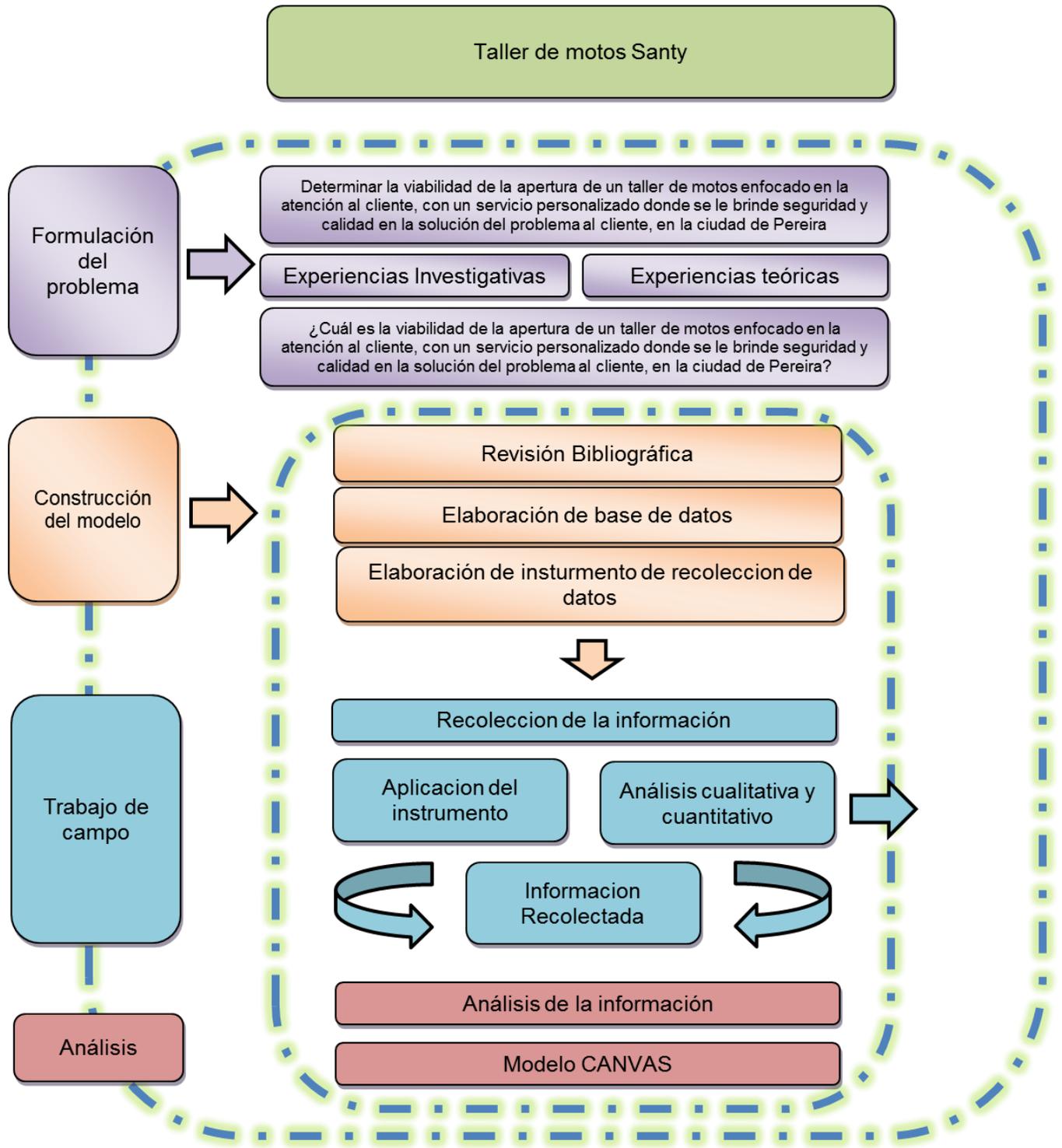


Tabla 4. Diseño metodológico.
Fuente: elaboración propia.

El propósito de la investigación es determinar la viabilidad de la apertura de un taller de motos enfocado en la atención al cliente, con un servicio personalizado donde se le brinde seguridad y calidad en la solución del problema al cliente, en la ciudad de Pereira y por tanto describir el proceso para llevar a cabo el presente trabajo, dadas las características del mismo, se adoptará métodos particulares para avanzar, por ello el método empleado en esta investigación es el deductivo, ya que “Es el procedimiento de razonamiento que va desde lo general a lo particular, de lo universal a lo individual” (Ortiz & García, 2004, p.64),

La fuente de información utilizada para este trabajo será primaria , “ Son todas aquellas de las cuales se obtiene información directa, es decir, de donde se origina la información... estas fuentes son las personas, las organizaciones, los acontecimientos, el ambiente natural” (Bernal , 2000, p 171).

La investigación es de tipo cuantitativa y cualitativa, es cuantitativa porque se realizarán encuestas semiestructuradas donde se preguntaran por los niveles de satisfacción con la calidad de los servicios prestados por los talleres de motos en la ciudad de Pereira y cualitativo porque se usarán investigaciones previas sobre la calidad de los servicios mecánicos.

Además se utiliza el modelo CANVAS utilizado por la corporación Ventures para su concurso de emprendimiento, el cual explicado por Imype (s.f.),

La herramienta del modelo de negocios en canvas sirve para poder estructurar las acciones claves que se necesitan para desarrollar una idea de negocio y generar así una propuesta de valor, que sea innovadora y que al mismo tiempo resulte en un modelo de negocios arrollador en el mercado. Lo único que necesitamos aquí es que tengas un espíritu reflexivo una amplia dosis de creatividad al momento de desarrollarlo.

7. Estructura de empresa

7.1. Organigrama

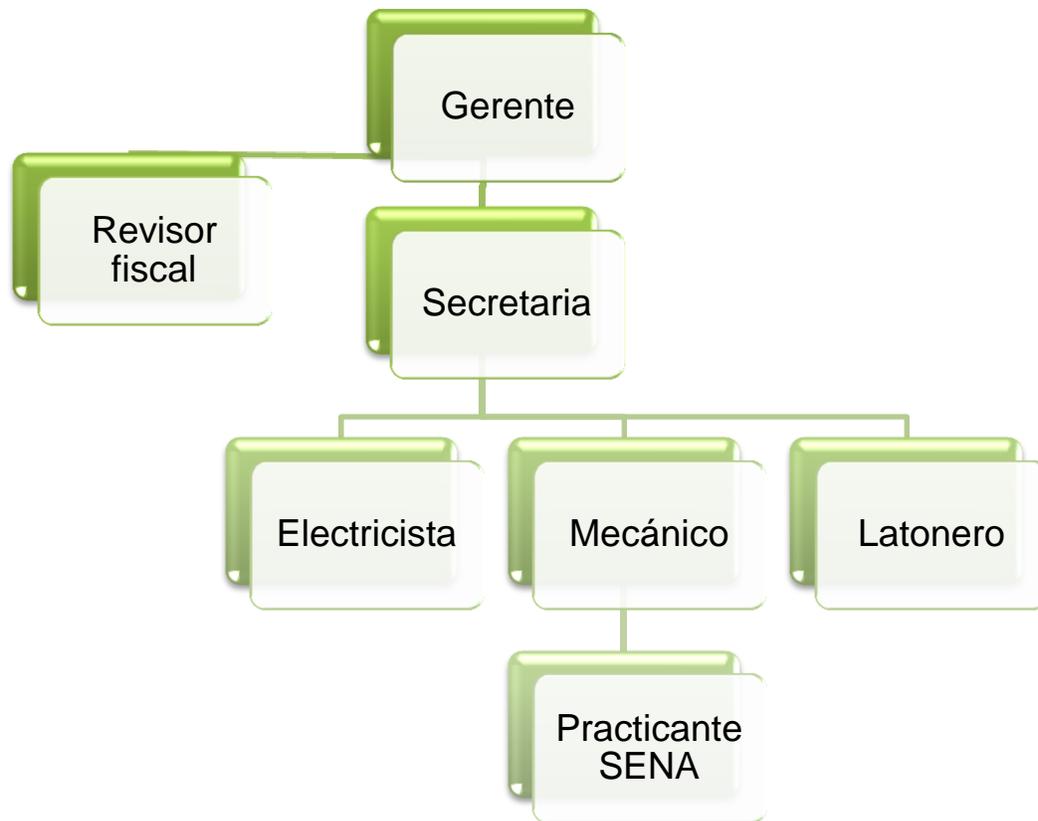


Tabla 5. Organigrama

Fuente: elaboración propia

Taller de motos Santy será una empresa en búsqueda de talentos, la idea de negocio al inicio de su trayectoria es la búsqueda de tres socios fundamentales como lo son el mecánico, el latonero y el electricista, es por esta razón que en el comienzo de la organización solo se hable de 5 empleados, ya que en el primer año se busca conformar un equipo sólido y confiable de trabajo, a futuro se puedan convertir en los jefes de sus respectivas áreas, y sean los encargados de la selección de nuevos miembros y así ir creciendo juntos.

Es por esto que en el primer año la empresa contara: con un gerente que será el encargado de toda la parte administrativa y comercial de la compañía, una secretaria que será apoyo para el gerente en sus tareas y además a los mecánicos con respecto a la atención y manejo de programación de citas para los clientes, y de ahí desprenden un mecánico, un latonero y un electricista que serán los encargados de la prestación del servicio requerido por el usuario, además se contara con un practicante del SENA que servirá para realizarle pruebas a futuros integrantes de la organización y por ultimo un asesor fiscal externo a la empresa que brindara la asesoría y el apoyo para la elaboración de los estados financieros y todo con respecto a los temas fiscales.

1.1. Marco contextual:

Perspectiva económica

Índices de precios al consumidor (IPC).

Durante Febrero de 2012, el comportamiento del IPC en la ciudad de Pereira mostraron una variación promedio del 0,76%, ubicándose por encima del indicador nacional (0,61%), esto colocó a Pereira con una inflación anualizada de 3,91%, superando a la presentada a nivel nacional en los últimos 12 meses, con un incremento en los precios de 3,55%. (Secretaría de Planeación de Pereira, 2012, p.2)

Pereira, Índice de Precios al Consumidor -IPC- Variación % mensual, acumulada y año completo según grupos de gasto, Febrero de 2012

GRUPOS	Variación Nacional%			Variación Pereira%		
	Mensual	Acumulada	Año completo	Mensual	Acumulada	Año completo
TOTAL	0,61	1,35	3,55	0,76	1,28	3,91
ALIMENTOS	0,44	1,74	4,70	0,35	1,14	4,22
VIVIENDA	0,42	1,05	4,19	0,74	1,21	4,53
VESTUARIO	0,00	0,02	0,53	0,04	0,24	1,66
SALUD	1,00	1,94	4,31	0,66	1,13	3,38
EDUCACION	4,24	4,25	4,65	3,32	3,30	3,52
CULTURA, DIVERSION Y ESPARCIMIENTO	-0,13	-0,07	-0,69	0,02	0,42	-0,17
TRANSPORTE	0,29	1,10	2,14	1,57	2,07	4,26
COMUNICACIONES	0,35	0,19	2,83	0,00	-0,30	1,93
OTROS GASTOS	0,39	0,88	2,00	0,54	1,26	3,24

Tabla 6. Pereira, Índice de Precios al consumidor –IPC- Variación % mensual, acumulada y año completo según grupos de gastos, Febrero de 2012

Fuente: Secretaría de planeación de Pereira

Y para el 2013 según el MinTIC (2013) la inflación de Pereira llegó a un 1,14%, esta vez por debajo del IPC nacional que estuvo en el 1,77%.

Empleo y mercado laboral.

De acuerdo a los resultados de la gran encuesta integrada, para el trimestre comprendido entre diciembre del 2011 a febrero de 2012, la tasa de desempleo es del 16,7% superior al mes anterior, de este modo se rompe la tendencia a la baja que se presentaba en meses anteriores. (Secretaría de planeación de Pereira, 2012)

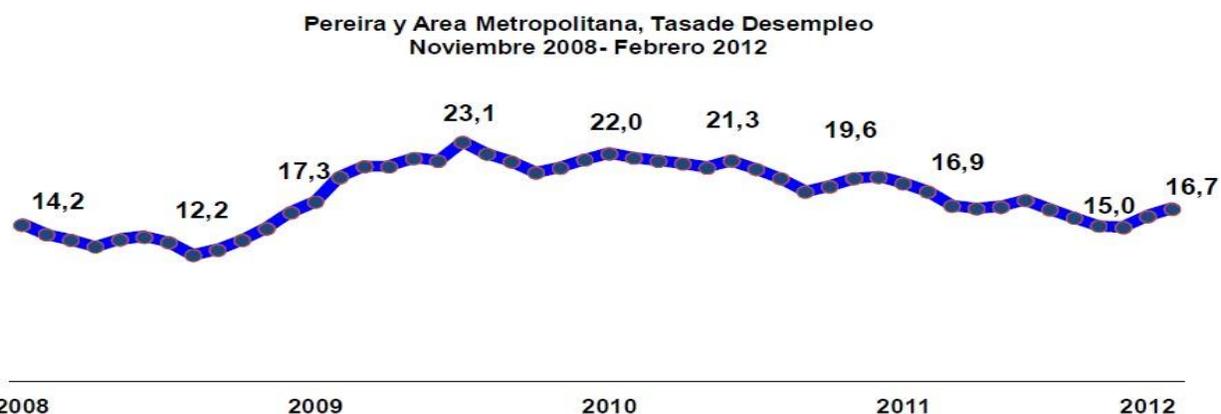


Tabla 7. Pereira y AMCO, tasa de desempleo noviembre 2008 - febrero 2012

Fuente: Secretaría de planeación de Pereira

Por consiguiente se observa un crecimiento en la tasa de ocupados del 1,1% para el 2012 (Secretaría de planeación de Pereira, 2012), pero se observa una recuperación de este indicador en el 2013 de la disminución de 1,5 puntos con respecto al año anterior. (MinTIC, 2013)

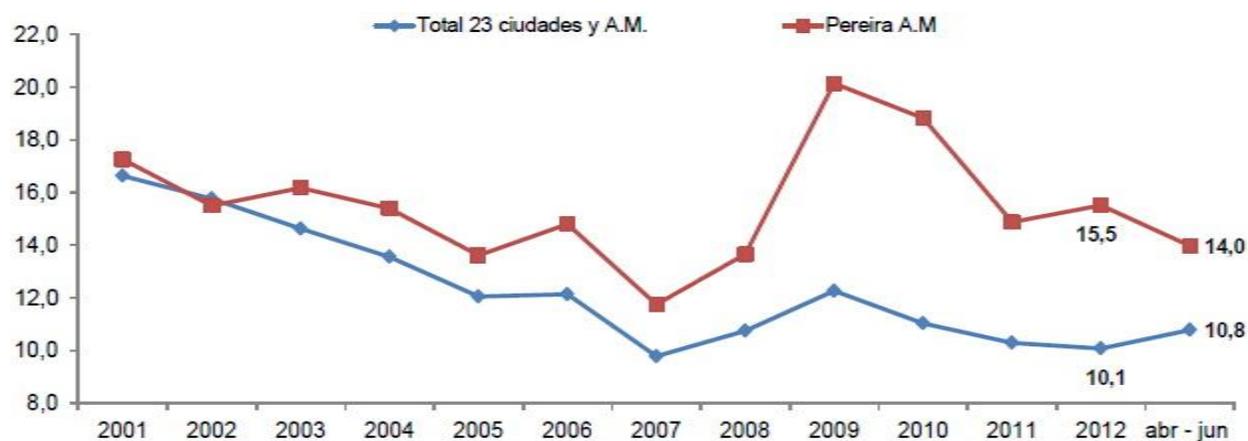


Tabla 8. Población ocupada de Pereira

Fuente: MinCIT

Perspectiva Social.

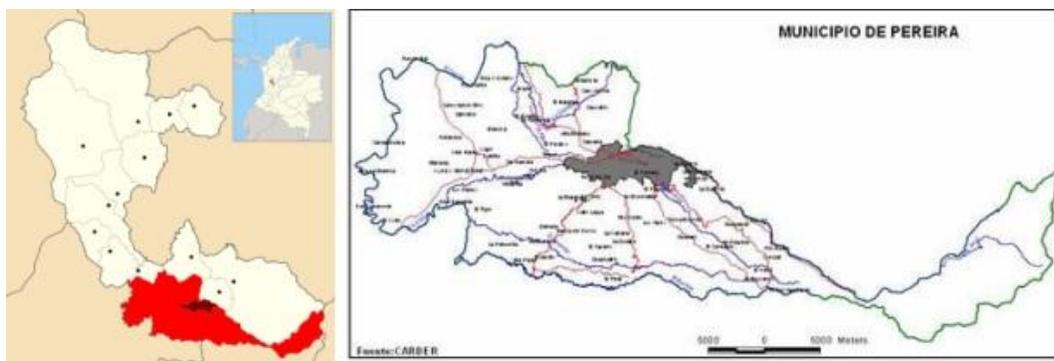


Tabla 9. Ubicación municipio de Pereira

Fuente: MinTrabajo

El municipio de Pereira se encuentra ubicado en el centro de la región occidental del territorio colombiano, con una superficie de 702 km², distribuidos en 3.148 hectáreas de área urbana y 57.252 de área rural. Una temperatura promedio de 21°C y una población para el 2013 de 464.719 habitantes. (MinTrabajo, 2013)

Teniendo una ubicación estratégica, dentro de la región cafetera y en el centro del triángulo dorado (Medellín, Cali y Bogotá), la ubican en el panorama económico nacional e internacional. Sumado a esto con fácil acceso a los medios de transporte marítimos y aéreo, con un aeropuerto con vuelos internacionales. (MinTrabajo, 2013)

El municipio está distribuido a partir de 19 comunas, que contienen 610 barrios en su zona urbana y 12 corregimientos en el área rural con 108 veredas y 58 centros poblados. (MinTrabajo, 2013)

Pereira, Población total estimada según comunas, Año 2008.

AREA	POBLACION	AREA	POBLACION
TOTAL	451.645	Olimpica	14.984
CABECERA	378.727	Villa Santana	17.500
Centro	36.026	Oriente	17.383
Villavicencio	13.863	El Rocío	1.114
San Nicolas	9.118	Cuba	19.676
Jardín	11.390	Consota	22.992
El Poblado	18.734	San Joaquín	31.745
Ferrocarril	11.053	Perla del Otún	14.610
del Café	26.612	El Oso	24.992
Aeropuerto	2.595	Universidad	17.950
Río Otún	40.946	Bostón	25.444

Tabla 10. Pereira, población total estimada según comunas, año 2008

Fuente: Alcaldía de Pereira

La educación en la última década ha jugado un papel importante en los planes de desarrollo del país y el municipio, promoviendo transformaciones en la estructura y

organización del sistema educativo colombiano. Significando así la introducción de una nueva figura, la institución educativa, la cual debe ofrecer todos los grados de la básica, primaria, secundaria y media (transición hasta grado 11). (MinTrabajo, 2013)

	2002		2005	2009		2011
Oficial	Rural	106	141	Rural	77	127
	Urbana	80		Urbana	48	
Privado	109		118	123		117
total	295		259	248		244

Tabla 11. Pereira. Número de establecimientos educativos en educación

Fuente: MinTrabajo

Al igual que la formación básica se ha aumentado el número de inscritos a las instituciones de educación superior, gracias al desarrollo de algunas de éstas en las zonas rurales del departamento, tales como el SENA, la Universidad Tecnológica de Pereira, entre otras. Ofreciéndole las facilidades a la comunidades de estos sectores a tener al alcance instituciones calificadas para su formación y además al fácil acceso de estudiantes al ICETEX y poder financiar su carrera.

INDICADOR	Pereira		Risaralda	
	2002	2010*	2002	2010*
Matrícula	15.483	31.467	16.314	37.285
Tasa de Cobertura (neta)	n.d.	n.d.	18,3%	42,2%
Participación Matrícula Técnica y tecnológica	15,7%	27,7%	16,2%	37,6%
Participación Matrícula Oficial	13,6%	64,1%	47,7%	68,8%
Porcentaje de Matrícula financiada con crédito ICETEX (2003 y 2010)	n.d	n.d	4,7%	14,1%
Oferta IES (2002 y 2009)	18	18	19	19

Tabla 12. Pereira. Resumen de la cobertura en educación superior

Fuente: MinTrabajo

Perspectiva empresarial.

Durante los últimos años, Pereira y Risaralda han sufrido un crecimiento importante en su economía, gracias al desarrollo del sector industrial y la gran participación del sector servicios. De igual manera, el aprovechamiento de la ubicación geoestratégica que cuenta el departamento para los procesos de exportación hacia mercados principales como Venezuela y Ecuador. Así mismo la evolución que han tenido los productos en sus estándares de calidad y procesos, dándole a éstos competitividad con respecto a productos de mercados europeos, americanos y asiáticos. (Invest in Pereira, s/f)

Adicionalmente a esto, las nuevas políticas públicas y estrategias privadas que han trabajado de manera conjunta alrededor del fortalecimiento del talento humano, capacitándolo y formándolo de la mejor manera para desempeñar sus funciones de una forma óptima. (Invest in Pereira, s/f)

El dinamismo del sector empresarial y la articulación institucional encaminada hacia la facilitación de procesos de inversión y crecimiento de empresas nuevas y ya instaladas, han permitido posicionar a Pereira en los primeros lugares del ranking del estudio de Doing Business in Colombia, desarrollado por el Banco Mundial, donde se evalúan diferentes aspectos que resumen la facilidad para hacer negocios en diferentes ciudades de Colombia. (Invest in Pereira, s/f)

Economía	Apertura de una empresa clasificación ▲	Procedimientos (número)	Tiempo (días)	Costo (% de ingreso per cápita)
Armenia	1	9	10	6,7
Santa Marta	2	9	11	7,6
Pereira	3	9	11	7,7
Cali	4	9	11	7,8
Ibagué	4	10	11	7,6
Cartagena	6	9	14	7,6
Bogotá	7	10	16	7,6
Manizales	7	10	12	7,6
Neiva	9	9	10	22,6
Bucaramanga	10	9	11	12,0
Medellín	11	10	11	8,7
Palmira	12	10	13	7,8
Sincelejo	13	11	18	7,6
Barranquilla	14	11	20	7,6
Pasto	15	11	18	7,7
Villavicencio	16	11	13	10,9
Cúcuta	17	12	18	8,3
Riohacha	18	13	22	7,8
Popayán	19	14	22	7,9
Montería	20	15	18	9,2
Valledupar	21	17	23	7,8
Tunja	22	17	34	7,8
Dosquebradas	23	14	40	8,0

Tabla 13. Doing Business Colombia 2014.

Fuente: Doing Business.

EL sector de motocicletas ha crecido durante los últimos 10 años, en el año 2002 el número de ocupados en el sector era de 1.762 personas y en el 2012 ascendió a más

de 6.500 personas, lo que significó un crecimiento acumulado superior al 269%, cifra muy por encima de otros sectores de la economía nacional. (CEMJ, 2013)

Para el 2012 hubo en Colombia aproximadamente 4.8 millones de motocicletas movilizándose, lo cual representa el 52,1% del total del parque automotor nacional, sirviendo como medio de transporte a más de 8,5 millones de personas al día, cifra que demuestra que la industria colombiana de motos responde a una importante realidad económica y social en el país. Esta industria además está conformada por 9 ensambladoras, 312 proveedores de materias primas y motopartes, así como 1.700 talleres de mantenimiento a nivel nacional. (CEMJ, 2013)

Según la ANDI (2013) Colombia se ha logrado posicionar como uno de los países con más exportación, siendo el segundo país en la exportación de motocicletas, fabricando anualmente 515.000 motos, Brasil es el primer productor de estas en Latinoamérica.

La producción de motos ha tenido un aumento en los últimos 4 años, el informe de la DIAN mostro que entre el 2011 y 2012 aumento su producción en un 9.5%, incrementando la venta de 50.000 motos, pasando de 520.189 a 569.636 de motocicletas nuevas producidas respectivamente. (ANDI, 2013)

“El desarrollo de este sector ha generado en el país múltiples impactos positivos tales como la generación de empleo altamente calificado; la transferencia de tecnología; el desarrollo y la consolidación de un clúster con más de 60 pequeñas y medianas empresas productoras de partes y piezas en el país; así como el fortalecimiento de redes de distribución y comercio en todo el territorio nacional superior a 5.700 establecimientos, entre concesionarios, almacenes de repuesto y talleres de mantenimiento, tanto en áreas rurales como urbanas.” (ANDI, 2013, p.1)



Tabla 14. Ventas de motocicletas nuevas según matriculas del RUNT.
Fuente: CEMJ.

Se puede observar una pequeña variación en las preferencias de los motociclistas frente a los segmentos de mayor adquisición. Así, las denominadas “Street” o “Sport” continúan liderando la preferencia de los colombianos, pero redujeron su participación en un 6,2% al pasar de 61,2% en 2011 a 57,4% en 2012. (CEMJ, 2013)

Para tener claro las motos Street o de calle son aquellas que están diseñadas para uso de ciudad, ya sea como transporte o trabajo. Estas motos son muy económicas, tanto por su precio como por su consumo de combustible. Y para facilitar su manejo en ciudades congestionadas son livianas y ágiles. (CEMJ, 013)

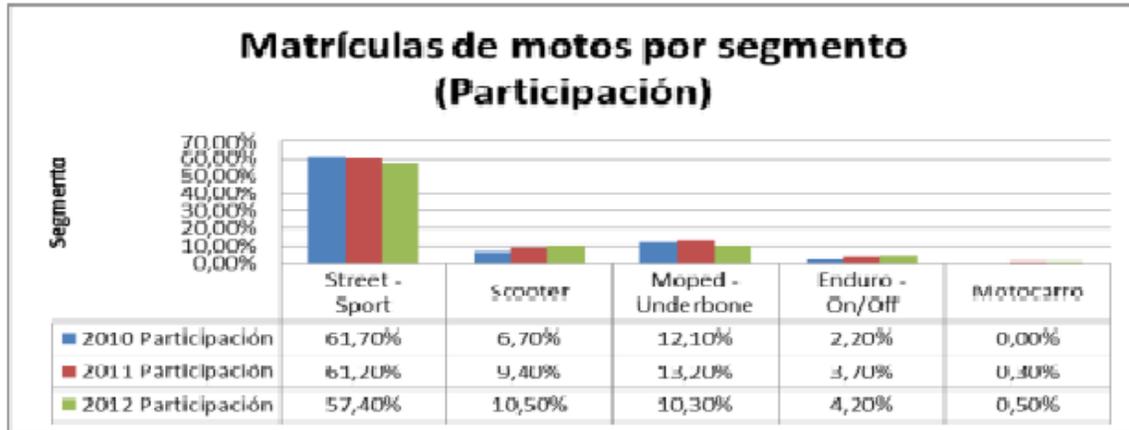


Tabla 15. Matrículas de motos por segmento (Participación).
Fuente: CEMJ.

“En términos de cilindrada, las motocicletas más vendidas en el país son aquellas inferiores a los 180cc. De acuerdo con cifras del RUNT, en 2012 las preferencias de los usuarios colombianos en materia de cilindrada de motocicletas se ubicaron así, en su orden: 48% motos entre 111 y 135cc, 31% de 0 a 110cc, estas cilindradas fueron la mayoría (79%), los restantes, 9% motos entre 151 y 180 cc, 6% las de 136cc y 150cc y con más de 180cc está el 6% restante” (CEMJ, 2013, p.7).

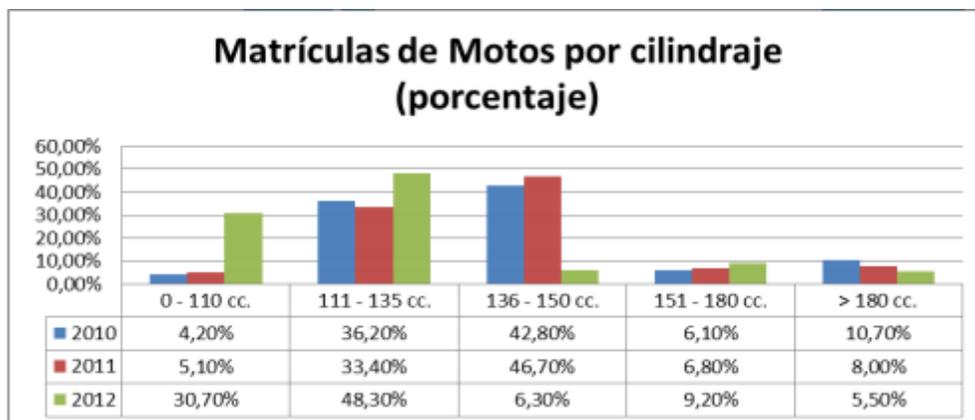


Tabla 16. Matrículas de motos por cilindraje (porcentaje).
Fuente: CEMJ.

Las ciudades donde más se comercializa las motocicletas son Bogotá, Bucaramanga, Cali, Eje Cafetero. Risaralda ocupa el sexto puesto en el crecimiento en la matriculas por departamento con un aumento del 47%, en el periodo correspondiente de 2010-2012. (CEMJ, 2013)

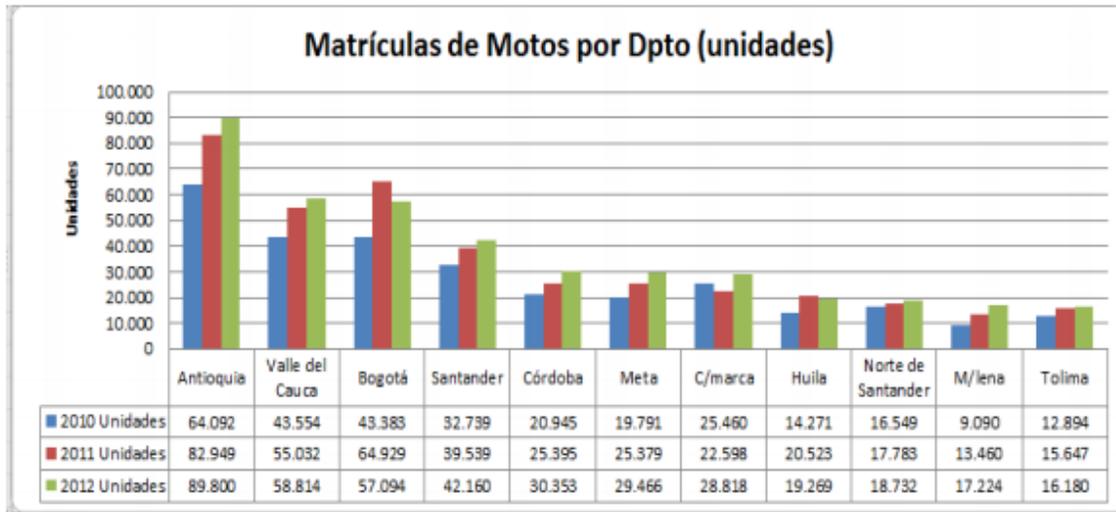


Tabla 17. Matrículas de motos por departamento (unidades)

Fuente: CEMJ.

Perfil del usuario de motocicletas en Colombia.

De acuerdo a uno estudio que viene realizando el Comité de Ensambladores de Moto Japonesas (CEMJ) donde toman algunos aspectos para observar el comportamiento de los compradores de motos, entre las diferentes áreas que se estudian están:

Género.

El uso de las motos como un medio de transporte efectivo y seguro por parte de las mujeres ha aumentado con mucha fuerza. Mientras en 2011 las mujeres representaron solo el 16% de los nuevos compradores de motocicletas, en 2012 pasaron a representar el 25,6%, lo cual representa un incremento del 60%. El incremento de mujeres compradoras de motocicletas se había visto reflejado también en años anteriores (CEMJ, 2013)

Compradores por género

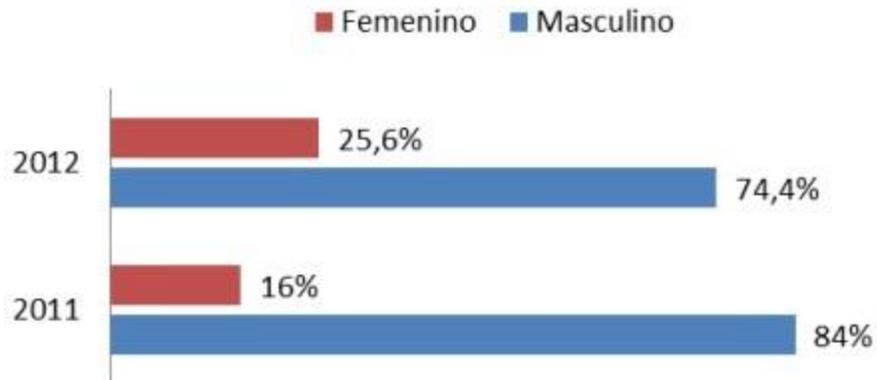


Tabla 18. Compradores por género.

Fuente: CEMJ.

Rango de edades.

Los motociclistas hoy son más maduros. El 2012 marcó un leve crecimiento donde el 38,5% de los usuarios nuevos de motocicletas tenían edades entre los 27 y 35; lo que representa un incremento de estos usuarios en un 48% con respecto al 2011. (CEMJ, 2013)

De igual manera es relevante anotar que entre los 18 y 26 años también hubo un movimiento importante, con un crecimiento del 24,4% en este grupo. (CEMJ, 2013)

Edad del motociclista

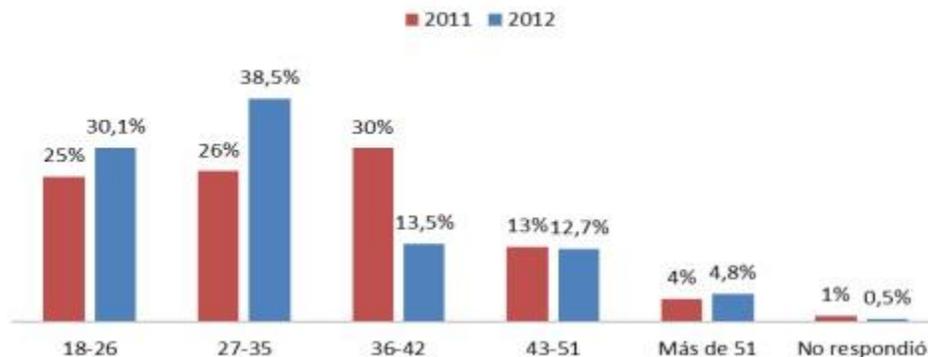


Tabla 19. Edad del motociclista.

Fuente: CEMJ.

Uso de la motocicleta en Pereira.

La capital risaraldense, es la principal ciudad a nivel nacional con un gran cambio de la utilización de motos por diversión a medio de transporte, incrementando esta última en un 56,5% para el 2012. Siendo la principal razón por la cual los pereiranos adquieren este tipo de vehículo. (CEMJ, 2013)

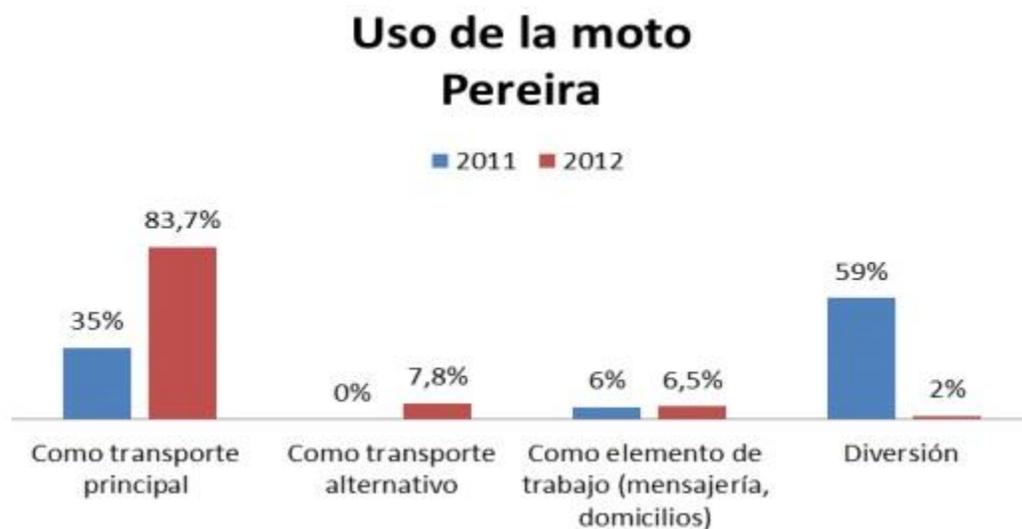


Tabla 20. Uso de la moto Pereira.

Fuente: CEMJ.

Nivel de Ingreso del motociclista.

La mayor parte de los motociclistas en Colombia (82.8%) son personas con ingresos inferiores a dos salarios mínimos, que son los de la base de la pirámide. Los nuevos usuarios de moto en Colombia ha ido mejorando sus ingresos, como lo muestra la figura 13, los usuarios que gana menos de un salario mínimo bajo drásticamente, de un 44% en el 2011 a un 9,6%, lo cual puede ser explicado por el uso mismo del vehículo, que les ha permitido generar alternativas de ingreso. (CEMJ, 2013)

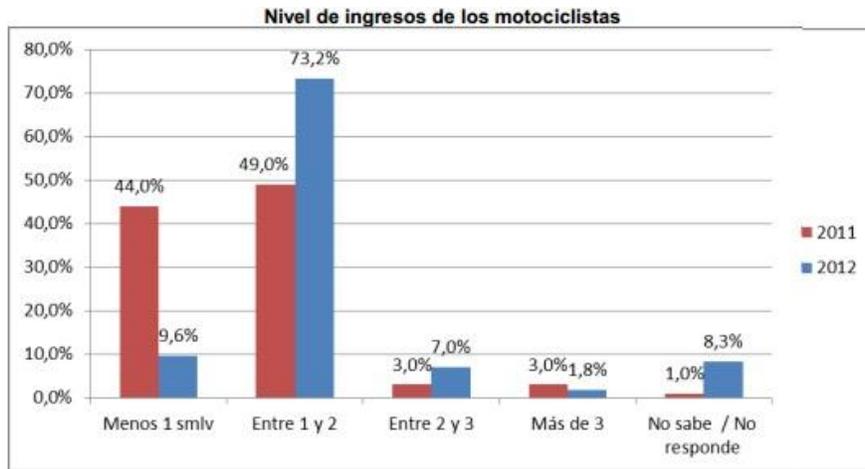


Tabla 21. Nivel de ingresos de los motociclistas.
Fuente: CEMJ.

7.2. Descripción de funciones y perfil de los colaboradores

GERENTE

Conocimientos: Profesional en Administración de Empresas, con habilidades gerenciales, manejo de personal, mercadeo, sistemas, servicio al cliente y relaciones humanas.

Edad: Entre 23 y 35 años.

Funciones: Le corresponde representar y dirigir la empresa, diseñar, implementar y controlar las estrategias corporativas orientadas al cumplimiento de las metas, la vinculación y fidelización de los clientes y el bienestar de los colaboradores.

Creativo, de mente abierta, con habilidades de comunicación y liderazgo.

MECÁNICO

Conocimientos: Técnico en reparación de motocicletas y manejo de relaciones humanas.

Edad: Entre 20 y 35 años.

Experiencia: Dos (2) años.

Sexo: Hombre

Funciones: Encargado de realizar las reparaciones y revisiones a las motocicletas, disciplinado y ágil.

LATONERO

Conocimientos: Técnico en latonería y pintura y manejo de relaciones humanas.

Edad: Entre 20 y 35 años.

Experiencia: Dos (2) años.

Sexo: Hombre

Funciones: Encargado de realizar soldadura eléctrica y autógena, enderezar chasis, pintar toda clase de tanques, tapas, laterales con sus estilos originales, arreglo de golpes, rayones y retoques por deterioro, disciplinado y ágil.

ELÉCTRICO

Conocimientos: Técnico electricista y manejo de relaciones humanas.

Edad: Entre 20 y 35 años.

Experiencia: Dos (2) años.

Sexo: Hombre

Funciones: Encargado de realizar el diagnóstico, revisión, reparación, cálculo y diseño de sistemas eléctricos, implementación y montaje de instalaciones, suiches master antirrobo, disciplinado y ágil.

7.3. Inversión en equipos y herramienta

Herramienta y equipo	Cantidades	Valor unitario	Valor Total
Juego de llaves de copa 6 puntas, semiprofundas, pavonadas con ratchet	2	\$ 280.000	\$ 560.000
Juego de llaves de copa 6 puntas, semiprofundas, cromadas con ratchet	2	\$ 170.000	\$ 340.000
Juego de llaves cromadas de estría acodadas de 6 a 27 mm	2	\$ 70.000	\$ 140.000
Juego de llaves mixtas de 6 a 27 mm, cromadas	2	\$ 65.000	\$ 130.000
Juego de destornilladores punta estría, con 6 unidades	2	\$ 65.000	\$ 130.000
Juego de destornilladores punta de pala, con 6 unidades	2	\$ 65.000	\$ 130.000
Juego de limas, vástago de 6 pulgadas con cabo plástico	2	\$ 60.000	\$ 120.000
Martillo de bola peso 1 Lb, cabo de madera, mazo de acero	2	\$ 24.000	\$ 48.000
Llaves expansivas, 2 de 5', 2 de 12'	4	\$ 30.000	\$ 120.000
Alicate 2 posiciones de 8 pulgadas, cromados	2	\$ 36.000	\$ 72.000
Pinzas de punta larga, 2 punta curva, 2 punta recta	4	\$ 39.000	\$ 156.000
Centropuntos de acero templado	2	\$ 15.000	\$ 30.000
Cinceles de acero templado	2	\$ 15.000	\$ 30.000

Destornillador de impacto con 4 puntas	2	\$	168.000	\$	336.000
Cortafrío frontal	2	\$	61.000	\$	122.000
Marco de Segueta	2	\$	34.000	\$	68.000
Martillo mazo de teflón cabo de madera	2	\$	24.000	\$	48.000
Pinza para abrir y cerrar pines de ojo	2	\$	70.000	\$	140.000
Machuelos y terrajas de 5 a 12 mm	2	\$	160.000	\$	320.000
Llaves de copa para bujía, 2 de 16 mm, 2 de 18 mm y 2 de 21 mm	6	\$	7.500	\$	45.000
Martillos para latonería	1	\$	70.000	\$	70.000
2 Pistolas de baja, 1 pistola de alta para pintura	3	\$	116.000	\$	348.000
Llaves bristol de milímetros y pulgadas	2	\$	54.000	\$	108.000
Llaves craftsman	2	\$	54.000	\$	108.000
Llaves torx	2	\$	40.000	\$	80.000
Kit de herramientas para motos HONDA	1	\$	2.500.000	\$	2.500.000
Kit de herramientas para motos YAMAHA	1	\$	1.800.000	\$	1.800.000
Kit de herramientas para motos SUZUKI	1	\$	1.900.000	\$	1.900.000
Tablero para herramientas	2	\$	200.000	\$	400.000
Mesas de trabajo	3	\$	120.000	\$	360.000
Armario para instrumentos de medicion	1	\$	180.000	\$	180.000
Esmeriles de 3/4 HP 110 voltios	2	\$	180.000	\$	360.000
Compresor de 110 psi	1	\$	400.000	\$	400.000
4 rampas neumáticas capacidad 500 kilos altura 1 metro	2	\$	1.500.000	\$	3.000.000
Hidrolavadora industrial	1	\$	2.800.000	\$	2.800.000
Tráiler camabaja	1	\$	1.200.000	\$	1.200.000
Mesa para plenitudes	1	\$	1.000.000	\$	1.000.000
Cargadores para baterías de 6 a 12 voltios	2	\$	150.000	\$	300.000
Juegos de pistolas para lavar y sopletear	2	\$	130.000	\$	260.000
Pistolas neumáticas cuadrante de 1/2' para llaves de copa	4	\$	400.000	\$	1.600.000

Taladros de mano de 1/2 pulgadas	2	\$ 360.000	\$ 720.000
Prensas de banco No.7	2	\$ 450.000	\$ 900.000
Multimetro digital	1	\$ 180.000	\$ 180.000
Juego de micrómetros de 25 a 150 mm	1	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000
Llaves de torque de 5 a 80 lbs	2	\$ 450.000	\$ 900.000
Calibradores piederey	2	\$ 70.000	\$ 140.000
Calibradores de galgas	2	\$ 18.000	\$ 36.000
TOTAL			\$ 26.235.000

8. Evaluación financiera

Para realizar la evaluación financiera de motos Santy se utilizará el flujo de caja el cual se desarrollara con datos obtenidos por acercamientos e indagaciones a personas del sector, luego de desarrollar este flujo de caja se obtendrán los indicadores de VPN (Valor Presente Neto) y TIR (Tasa Interna de Retorno) los cuales permitirán dar una primera impresión sobre la rentabilidad del proyecto.

Gastos mensuales de usuarios motocicletas.

Con base en el trabajo de campo en donde se preguntó el gasto mensual de los dueños de motos en talleres mecánicos, se determinó el gasto mensual promedio por persona. El cual se realizó de la siguiente forma.

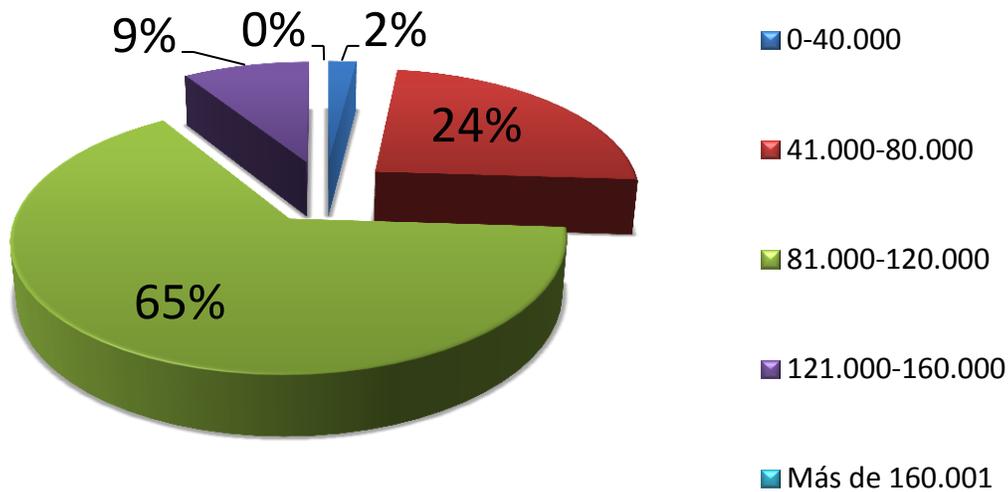


Tabla 22. Gasto mensual de los dueños de motos en talleres mecánicos
Fuente: Elaboración propia

Primero se promediaron los rangos preguntados en la encuesta, se obtuvieron los siguientes promedios. Para las personas que invertían:

- 0 – 40.000 se estableció un gasto de 20.000
- 41.000 – 80.000 se estableció un gasto de 60.000
- 81.000 – 120.000 se estableció un gasto de 100.0000
- 121.000 – 160.000 se estableció un gasto de 140.000

Luego se multiplico esos promedios por el porcentaje de las personas que escogieron sus rangos respectivamente y finalizando se realizó una suma de cada resultado, obteniendo el gasto mensual promedio por persona.

Gastos mensuales de los usuarios de motocicletas		% x Promedio	
2%	\$ 20.000	\$	400
24%	\$ 60.000	\$	14.400
65%	\$ 100.000	\$	65.000
9%	\$ 140.000	\$	12.600
Ingresos mensuales		\$	92.400

Tabla 23. Gasto mensual promedio por persona

Fuente: Elaboración propia

Con el gasto mensual promedio por persona, se requiere identificar un aproximado de la demanda de un taller de motos en la ciudad de Pereira, para tal información, se realizó una visita a dos talleres de motocicletas aleatorios en la ciudad y se observó durante una hora el movimiento que estos tienen, dando como resultado lo siguiente.

	TALLER 1	TALLER 2
Flujo de personas	3	7
Realizo reparación	1	3
Solo pregunto precios	2	4
PROMEDIO		2

Tabla 24. Flujo de personas en dos talleres mecánicos

Fuente: Elaboración propia

Se promedia un día de trabajo de 8 horas de un taller de motos, dando como resultado 16 personas atendidas en un día, 416 personas en un mes laboral de lunes a sábado.

Para finalizar, con estos dos datos se puede hallar el ingreso promedio mensual y anual de un taller de motos en la ciudad de Pereira, requeridos para realizar el flujo caja.

Ingresos mensuales	\$ 92.400
Personas atendidas por día	\$ 16
Personas atendidas por mes	\$ 416
Ingresos mensuales	\$ 38.438.400
Ingresos anuales	\$ 461.260.800

Tabla 25. Ingresos anuales

Fuente: Elaboración propia

Con los ingresos anuales identificados, se continúa con los costos variables del negocio, los cuales son principalmente, materia prima y servicios públicos, con respecto a la materia prima, se identifica que corresponde a un 75% de los ingresos, ya que principalmente se requieren de una serie repuestos, aceites, entre otros elementos para realizar cualquier mantenimiento o reparación del vehículo.

Costos variables	
Materias primas	\$ 345.945.600
Servicio publico	\$ 600.000
TOTAL	\$ 346.545.600

Tabla 26. Costos variables

Fuente: Elaboración propia

Para concluir con el diseño del flujo de caja se hace necesario identificar una proyección de crecimiento para los años siguiente, es así como se toma el promedio del crecimiento del parque automotor en la ciudad de Pereira desde el 2009 al 2013, como base en las proyecciones, dando como resultado del 4,8%.

Periodo	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
# motos	42.592	43.122	43.946	47.415	51.294	53.760	56.344
Variación		1,24%	1,91%	7,89%	8,18%		
Promedio	4,8%						

Tabla 27. Crecimiento venta de motos Pereira

Fuente: Elaboración propia

8.1. Escenario Pesimista

Escenario moderado	Flujo de Caja Taller de Motos Santy					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos (Ventas)	0	\$ 276.756.480,00	\$ 290.040.791,04	\$ 303.962.749,01	\$ 318.552.960,96	\$ 333.843.503,09
Costos variables	0	\$ 208.167.360,00	\$ 218.159.393,28	\$ 228.631.044,16	\$ 239.605.334,28	\$ 251.106.390,32
Costos Fijos de fab.	0	\$ 78.000.000,00	\$ 78.000.000,00	\$ 78.000.000,00	\$ 78.000.000,00	\$ 78.000.000,00
Depreciacion	0	\$ 2.623.500,00	\$ 2.623.500,00	\$ 2.623.500,00	\$ 2.623.500,00	\$ 2.623.500,00
Amortizacion intangibles	0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Valor en libros	0	\$ 23.611.500,00	\$ 20.988.000,00	\$ 18.364.500,00	\$ 15.741.000,00	\$ 13.117.500,00
Utilidad antes de impuestos	0	\$ -35.645.880,00	\$ -29.730.102,24	\$ -23.656.295,15	\$ -17.416.873,31	\$ -11.003.887,23
Impuestos (25%)	0	\$ -	\$ -	\$ -5.914.073,79	\$ -4.354.218,33	\$ -2.750.971,81
Utilidad neta	0	\$ -35.645.880,00	\$ -29.730.102,24	\$ -17.742.221,36	\$ -13.062.654,99	\$ -8.252.915,43
Depreciacion	0	\$ 2.623.500,00	\$ 2.623.500,00	\$ 2.623.500,00	\$ 2.623.500,00	\$ 2.623.500,00
Amortizacion intangibles	0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Valor en libros	0	\$ 23.611.500,00	\$ 20.988.000,00	\$ 18.364.500,00	\$ 15.741.000,00	\$ 13.117.500,00
Inversion inicial	\$ 26.235.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Inversion de reemplazo	0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Inversion de ampliacion	0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Inversion capital de trabajo	0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Valor de salvamento	0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Flujo de caja	\$ (26.235.000)	\$ -9.410.880	\$ -6.118.602	\$ 3.245.779	\$ 5.301.845	\$ 7.488.085
Tasa Interna de Retorno (TIR)	-23%					
Valor Actual Neto (VAN)	-\$26.048.642,46					

Tabla 28. Escenario pesimista

Fuente: Elaboración propia

Lo que se puede observar en flujo de efectivo es que en un escenario pesimista la empresa no está en condiciones de soportar su normal funcionamiento con los ingresos de la actividad realizada, solo hasta el 3er año se obtienen resultados positivos, debido a que los ingresos son menores a los costos de la compañía lo que genera hasta el 2do año perdidas.

Lo que se puede concluir que el taller de motos Santy no es rentable de acuerdo a los resultados obtenidos con la TIR (-23%) y la VAN (-\$26.0048.643)

Gastos mensuales de los usuarios de motocicletas		% x Promedio
2%	\$ 20.000	\$ 400
24%	\$ 60.000	\$ 14.400
65%	\$ 100.000	\$ 65.000
9%	\$ 140.000	\$ 12.600
	Ingresos mensuales	\$ 92.400
	Ingresos mensuales	\$ 92.400
	Personas atendidas por día	\$ 10
	Personas atendidas por mes	\$ 250
	Ingresos mensuales	\$ 23.063.040
	Ingresos anuales	\$ 276.756.480
Costos variables		
Materias primas	\$ 207.567.360	
Servicio publico	\$ 600.000	
TOTAL	\$ 208.167.360	
Salarios		
Mecánico	\$ 1.200.000	
Latonero	\$ 1.200.000	
Electricista	\$ 1.200.000	
Secretaria	\$ 1.200.000	
Practicante SENA	\$ 700.000	
TOTAL	\$ 5.500.000	
Costos fijos		
Sueldos y salarios	\$ 66.000.000,00	
Alquiler	\$ 12.000.000,00	
TOTAL	\$ 78.000.000,00	
Depreciacion		10 Años
Equipo y maquinaria	\$ 26.235.000	\$ 2.623.500

Tabla 29. Datos flujo de caja escenario pesimista

Fuente: Elaboración propia

8.2. Escenario Moderado

Escenario moderado	Flujo de Caja Taller de Motos Santy					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos (Ventas)	0	\$ 461.260.800,00	\$ 483.401.318,40	\$ 506.604.581,68	\$ 530.921.601,60	\$ 556.405.838,48
Costos variables	0	\$ 346.545.600,00	\$ 363.179.788,80	\$ 380.612.418,66	\$ 398.881.814,76	\$ 418.028.141,87
Costos Fijos de fab.	0	\$ 78.000.000,00	\$ 78.000.000,00	\$ 78.000.000,00	\$ 78.000.000,00	\$ 78.000.000,00
Depreciacion	0	\$ 2.623.500,00	\$ 2.623.500,00	\$ 2.623.500,00	\$ 2.623.500,00	\$ 2.623.500,00
Amortizacion intangibles	0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Valor en libros	0	\$ 23.611.500,00	\$ 20.988.000,00	\$ 18.364.500,00	\$ 15.741.000,00	\$ 13.117.500,00
Utilidad antes de impuestos	0	\$ 10.480.200,00	\$ 18.610.029,60	\$ 27.004.163,02	\$ 35.675.286,85	\$ 44.636.696,61
Impuestos (25%)	0	\$ 2.620.050,00	\$ 4.652.507,40	\$ 6.751.040,76	\$ 8.918.821,71	\$ 11.159.174,15
Utilidad neta	0	\$ 7.860.150,00	\$ 13.957.522,20	\$ 20.253.122,27	\$ 26.756.465,13	\$ 33.477.522,46
Depreciacion	0	\$ 2.623.500,00	\$ 2.623.500,00	\$ 2.623.500,00	\$ 2.623.500,00	\$ 2.623.500,00
Amortizacion intangibles	0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Valor en libros	0	\$ 23.611.500,00	\$ 20.988.000,00	\$ 18.364.500,00	\$ 15.741.000,00	\$ 13.117.500,00
Inversion inicial	\$ 26.235.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Inversion de reemplazo	0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Inversion de ampliacion	0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Inversion capital de trabajo	0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Valor de salvamento	0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Flujo de caja	-26235000	\$ 34.095.150	\$ 37.569.022	\$ 41.241.122	\$ 45.120.965	\$ 49.218.522
Tasa Interna de Retorno (TIR)	137%					
Valor Actual Neto (VAN)	\$87.716.665,24					

Tabla 30. Escenario moderado
Fuente: Elaboración propia

Gastos mensuales de los usuarios de motocicletas	% x Promedio
2%	\$ 20.000 \$ 400
24%	\$ 60.000 \$ 14.400
65%	\$ 100.000 \$ 65.000
9%	\$ 140.000 \$ 12.600
Ingresos mensuales	\$ 92.400
Ingresos mensuales	\$ 92.400
Personas atendidas por dia	\$ 16
Personas atendidas por mes	\$ 416
Ingresos mensuales	\$ 38.438.400
Ingresos anuales	\$ 461.260.800
Costos variables	
Materias primas	\$ 345.945.600
Servicio publico	\$ 600.000
TOTAL	\$ 346.545.600
Salarios	
Mecánico	\$ 1.200.000
Latonero	\$ 1.200.000
Electricista	\$ 1.200.000
Secretaria	\$ 1.200.000
Practicante SENA	\$ 700.000
TOTAL	\$ 5.500.000
Costos fijos	
Sueldos y salarios	\$ 66.000.000,00
Alquiler	\$ 12.000.000,00
TOTAL	\$ 78.000.000,00
Depreciacion	10 Años
Equipo y maquinaria	\$ 26.235.000 \$ 2.623.500

Tabla 31. Datos flujo de caja escenario moderado
Fuente: Elaboración propia

En este escenario el proyecto es rentable para su ejecución con resultados en la TIR de 137% y el VAN de \$87.718.665.

8.3. Escenario Optimista

Escenario moderado	Flujo de Caja Taller de Motos Santy					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Concepto						
Ingresos (Ventas)	0	\$ 645.765.120,00	\$ 676.761.845,76	\$ 709.246.414,36	\$ 743.290.242,25	\$ 778.968.173,87
Costos variables	0	\$ 484.923.840,00	\$ 508.200.184,32	\$ 532.593.793,17	\$ 558.158.295,24	\$ 584.949.893,41
Costos Fijos de fab.	0	\$ 78.000.000,00	\$ 78.000.000,00	\$ 78.000.000,00	\$ 78.000.000,00	\$ 78.000.000,00
Depreciacion	0	\$ 2.623.500,00	\$ 2.623.500,00	\$ 2.623.500,00	\$ 2.623.500,00	\$ 2.623.500,00
Amortizacion intangibles	0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Valor en libros	0	\$ 23.611.500,00	\$ 20.988.000,00	\$ 18.364.500,00	\$ 15.741.000,00	\$ 13.117.500,00
Utilidad antes de impuestos	0	\$ 56.606.280,00	\$ 66.950.161,44	\$ 77.664.621,19	\$ 88.767.447,01	\$ 100.277.280,46
Impuestos (25%)	0	\$ -	\$ -	\$ 19.416.155,30	\$ 22.191.861,75	\$ 25.069.320,12
Utilidad neta	0	\$ 56.606.280,00	\$ 66.950.161,44	\$ 58.248.465,89	\$ 66.575.585,25	\$ 75.207.960,35
Depreciacion	0	\$ 2.623.500,00	\$ 2.623.500,00	\$ 2.623.500,00	\$ 2.623.500,00	\$ 2.623.500,00
Amortizacion intangibles	0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Valor en libros	0	\$ 23.611.500,00	\$ 20.988.000,00	\$ 18.364.500,00	\$ 15.741.000,00	\$ 13.117.500,00
Inversion inicial	\$ 26.235.000		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Inversion de reemplazo	0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Inversion de ampliacion	0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Inversion capital de trabajo	0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Valor de salvamento	0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Flujo de caja	\$ (26.235.000)	\$ 82.841.280	\$ 90.561.661	\$ 79.236.466	\$ 84.940.085	\$ 90.948.960
Tasa Interna de Retorno (TIR)	320%					
Valor Actual Neto (VAN)	\$211.119.714,28					

Tabla 32. Escenario optimista

Fuente: Elaboración propia

Ya en un escenario optimista la empresa obtiene mejores resultados y en su 1er año logra conseguir utilidades y de igual forma analizando los indicadores se puede concluir que el proyecto es viable con la TIR de 320% siendo superior a la TMR de 17% y un VAN de \$211.119.714.

Gastos mensuales de los usuarios de motocicletas		% x Promedio
2%	\$ 20.000	\$ 400
24%	\$ 60.000	\$ 14.400
65%	\$ 100.000	\$ 65.000
9%	\$ 140.000	\$ 12.600
	Ingresos mensuales	\$ 92.400
	Ingresos mensuales	\$ 92.400
	Personas atendidas por día	\$ 22
	Personas atendidas por mes	\$ 582
	Ingresos mensuales	\$ 53.813.760
	Ingresos anuales	\$ 645.765.120
Costos variables		
Materias primas	\$ 484.323.840	
Servicio publico	\$ 600.000	
TOTAL	\$ 484.923.840	
Salarios		
Mecánico	\$ 1.200.000	
Latonero	\$ 1.200.000	
Electricista	\$ 1.200.000	
Secretaria	\$ 1.200.000	
Practicante SENA	\$ 700.000	
TOTAL	\$ 5.500.000	
Costos fijos		
Sueldos y salarios	\$ 66.000.000,00	
Alquiler	\$ 12.000.000,00	
TOTAL	\$ 78.000.000,00	
Depreciacion	10 Años	
Equipo y maquinaria	\$ 26.235.000	\$ 2.623.500

Tabla 33. Datos flujo de caja escenario optimista

Fuente: Elaboración propia

9. Modelo Canvas

Socios Claves

La función del taller de motos Santy es la reparación y mantenimiento, mecánico o eléctrico de motocicletas, para lograr esto es necesario contar con una estructura de servicios y productos que permitan el normal y óptimo funcionamiento de la empresa, estos servicios y productos pueden ser prestados directamente por el taller o por socios claves.

Estos socios claves serán talleres externos, proveedores de insumos y repuestos, centros especializados, entre otros, que permitan que motos Santy cuenten con los recursos y herramientas necesarias para la ejecución de su trabajo, como lo es contar con repuestos e insumos de calidad, por tal razón, contar con proveedores claves de estos elementos es indispensable para garantizar un excelente servicio y trabajo.

De igual forma tener alianzas con diferentes talleres es pertinente para el negocio ya que hay trabajos que requieren equipo y herramienta especializada, la cual poseen talleres y centros especializados, para la empresa no es rentable invertir en estos equipos ya que su uso no será muy frecuente y la inversión es muy elevada, de tal modo que para garantizar que el trabajo necesario se realizara con calidad es vital tener el control sobre estos servicios externos.

Actividades claves.

Para el perfecto funcionamiento del taller de motos Santy es importante identificar las actividades claves a realizar, una de ellas es la de realizar todo el proceso de certificación para las marcas más representativas en el mercado, tales como Suzuki, Honda, Auteco, entre otras, dándonos el reconocimiento como taller de confianza para realizar trabajos de reparación, garantía o mantenimiento de sus vehículos. Debido que motos Santy será un taller de multi marca, es decir, prestara sus servicios a diferentes marcas de motocicletas presentes en la región.

Para obtener estas certificaciones se requiere de un equipo de trabajo con las suficientes condiciones y cualidades para aprobar estos procesos, es así, como la selección del talento humano se convierte en una actividad clave, unos colaboradores con un perfil acorde a la organización, por tal razón se requiere de un proceso de selección riguroso, en donde se evalúen aspectos personales y profesionales en los candidatos, y escoger el más acorde a las políticas de la organización.

Además es importante tener programas de capacitaciones para los miembros de la organización, cuyo fin sea mantener actualizado los procesos tanto administrativos y operativos, y de esta forma contar con un personal preparado para el normal desarrollo de sus tareas y garantizando un trabajo de calidad hacia los clientes.

Constituir alianzas es un factor determinante para el taller, para ello, se requiere identificar en primera medida los servicios que se pueden tercerizar, teniendo en cuenta factores, económicos, operacionales y administrativos, ya que algunos procesos requieren de personal y herramientas especializados, luego de haber identificado estos procesos, se deberá hacer un proceso de selección de empresas que presten estos servicios, para lograr la creación de alianzas estratégicas.

Identificar proveedores de confianza, tiene la misma importancia que las alianzas con talleres externos, ya que, brindará ventajas a la hora de negociar para la compra de insumos y repuestos, permitiendo tener beneficios tanto en precios como logísticos, es decir, mejoras en los tiempos de respuesta y de despacho de pedidos.

Para finalizar con las actividades claves, es importante consolidar un programa de marketing que permita que la empresa obtenga reconocimiento dentro del sector, establecer unas políticas de fidelización, que ayuden al desarrollo de la estrategia de comunicación la cual será el voz a voz, que será la forma como la empresa llegara a futuros clientes.

Con la realización de dichas actividades, motos Santy empezará a construir una imagen y reputación que le permita a futuro obtener la certificación de la marca italiana de motos Ducati.

Recursos claves

EL principal y más importante recurso clave será el talento humano, ya que de ellos depende el servicio prestado, que sean personales profesionales y con excelentes cualidades y habilidades para desempeñar su trabajo, además que tengo un trato ejemplar con los clientes, ya que el servicio y la intención será la principal cualidad de motos Santy.

Como administrador de empresa tengo conocimientos en la parte gerencial de un negocio, procesos contables, calidad, atención al público y habilidad para la toma de decisiones, pero en conocimientos del área automotriz y mecánicos son pocos, es por tal razón que me es indispensable rodearme de gente de confianza que posea estos conocimientos para poder así complementar los míos y sacar adelante el proyecto.

Es por tal razón que Anderson Henao se convierte en una pieza fundamental para este nuevo negocio, Anderson Henao es estudiante de ingeniería electrónica en la UTP, con más de 10 años de experiencia en el tema de reparación y mantenimiento de aparatos electrónicos, en este momento tiene su empresa de mantenimiento de equipo industrial.

Propuesta de valor.

Lo más importante y sobre lo que girar el taller de motos Santy será el servicio, la atención y el cumplimiento de los acuerdos pactados entre cliente y taller, aunque al 56% de las personas encuestadas no han tenido algún problemas con sus mecánicos un 46% si, cifra alta que demuestra que el servicio en estos establecimientos no es el mejor, respuestas como incumplimiento y mal servicio fueron las más repetidas cuando se les preguntaron que les había sucedido, y otra más alarmante, peleas con el mecánico por causa de robo de partes, mal trabajo, entre otros.

Cabe agregar que sólo el 43% de los motociclista confía en su taller actual, lo quiere decir que un 57% de la población motera esta en búsqueda de un lugar en donde

pueda llevar y dejar su bien máspreciado, para que le realicen un trabajo de calidad, le garanticen optimo servicio y un perfecto trabajo a un costo justo y asequible.

Es por esta razón que un taller certificado por diferentes marcas, con un equipo de trabajo altamente capacitado para el desarrollo de sus labores es una respuesta a las necesidades y deseos de los usuarios de motocicletas, en donde todas sus acciones van dirigidas a garantizar la prestación de un servicio de calidad y de confianza, creando una percepción a los clientes de un excelente costo/beneficio, en donde sientan que lo que pagan se ve reflejado en el resultado final.

Además de ser espacio en el cual se puede llevar un vehículo y realizarle cambios estructurales (personalización) con personal altamente capacitado y con los conocimientos necesarios de la marca de la motocicleta, garantizando un trabajo profesional y correcto sin afectar o dañar el vehículo.

A largo plazo ser el único taller autorizado por la marca Ducati en la región se presentara como una oportunidad de diferenciación, ya que con la certificación de esta prestigiosa marca, se podrá atender un mercado muy específico en nombre de Ducati siendo los responsables del mantenimiento y garantía de estos vehículos.

Relaciones con clientes

Dentro de la cadena de valor, el trato hacia el cliente y la atención va a ser el factor más importante en nuestra operación, se espera que la relación cliente-taller sea de confianza, ya que lo importante no es hacerle un mantenimiento o una personalización sólo una vez a un cliente, si no crear un vínculo y una permanencia en el taller.

La forma de construir esta relación es con buen trabajo, con la prestación de un excelente servicio, el uso eficiente de su dinero, realizar actividades y promociones en donde el cliente se sienta parte de la empresa, en donde se empiece a construir esa relación de confianza.

Es por estas razones que un factor clave de éxito será la relación creada con el cliente, el sentimiento de confianza que este posea con la empresa permitiendo así fidelizar un cliente y consiguiente a esto, atraer nuevos posibles clientes.

Canales

Los canales de comunicación para llegar a los clientes van a ser el aprovechamiento de todas las redes sociales, hoy en día, éstas son un excelente medio para comunicarle a la sociedad, el incremento en el uso de estas las convierte en un canal eficiente y de bajo costo para llegar a los clientes.

Además de las redes sociales el voz o voz es de vital importancia ya que la experiencia de un cliente satisfecho es mejor recibida por una persona que la abundante publicidad pagada con interés particulares y el canal de contacto con los clientes va a ser directo ya que no se requieren de terceros para la prestación del servicio, se realizara en el taller de motos Santy.

Segmentos de clientes

El sector de las motos en la ciudad de Pereira cuenta con segmentos poblacionales muy grandes, ya sean motos de bajo cilindraje, scooter, de alto cilindraje, entre otros, además motos para calle, para pista, y para todos los uso.

Taller de motos Santy ira dirigido a la gran mayoría de los motociclistas, aquellos que tienen motos para calle de uso cotidiano, los cuales tienen un mayor gasto por su uso diario, además a esto es un sector mayoritario que aunque gran parte de ellos sean de bajos estratos socioeconómicos 1 y 2 invierten buena cantidad de dinero en sus motos como se mostrará más adelante en la presentación de los resultados del trabajo de campo.

Estructura de costos

El costo más representativo para la empresa va a ser la inversión inicial, para comprar el equipo y la herramienta necesaria, ya que se requiere de un equipo de calidad y para cada uno de los mecánicos, y así garantizar un excelente y rápido servicio, con una inversión total de \$26.235.000 en herramientas y equipos, los cuales se detallaran más adelante.

Luego de esto, el sueldo de los mecánicos va a ser mes a mes un costo representativo para el taller, para poder garantizar un buen servicio se requieren de mecánicos con alta experiencia y grandes habilidades, además, deben estar comprometidos y sentirse parte de la compañía es por tal razón que se diseñara un sistema de incentivos más una base para su pago mensual.

El sistema de incentivos contará con un sueldo base de \$1.000.000 más una comisión de 10% por trabajo realizado, con este sistema se pretende que el mecánico garantice y preste un perfecto servicio ya que esta será nuestra propuesta de valor.

Fuentes de ingresos

Nuestra principal fuente de ingresos va a ser por la prestación del servicio de reparación, mantenimiento y personalización de motos, pero además de esto la venta de repuestos necesarios para realizar dichas actividades.

Estos servicios prestados serán a un precio acéquiale para la gran mayoría de nuestro público objetivo, de igual forma tendrá un pequeño incremento para poder asumir el bono que se le dará al mecánico por su trabajo.

A continuación se mostrara un listado de servicios con su respectivo precio.

Servicios prestados	Valor
Descarbonizada y sincronizada en una moto 2T	25.000
Sincronizada de una moto 4T hasta 185 cm	20.000

Limpieza de carburador	8.000
Instalación del tren de arrastre y revisión del freno trasero	10.000
Reparación de un motor de 2T	60.000
Sincronizada de una moto de 200 a 500 cm	30.000
Revisión Preventiva motos hasta 250 cm	70.000
Revisión Correctiva motos hasta 250 cm	80.000
Reparación de un motor 4T hasta 185 cm	70.000
Reparación cabeza de fuerza 4T hasta 185 cm.	50.000
Reparación cabeza de fuerza 4T de 200 a 500 cm monocilindro	80.000
Reparación cabeza de fuerza 4T de 200 a 500 cm. Bicilindro	100.000
Revisión de frenos de disco	20.000
Cambio guaya del acelerador	6.000
Cambio huella del embrague	3.000
Cambio de rodamientos de una rueda	6.000
Reparación de la caja de velocidades	70.000
Cambio de discos del embrague	15.000
Cambio de eje de piñón de arrastre	75.000
Cambio de la cadencia de repartición motor monocilindro	15.000
Cambio de la cadencia de repartición motor bicilindro	40.000
Reparación de motores 4T de 750 a 1300 cm	250.000
Sincronizada de una moto 4T de 750 a 1300 cm	50.000
Cambio de la cadena del arrastre	3.000
Cargar y completar electrolito a la batería	2.000
Revisión tipo garantía para motos hasta 200 cm	12.000
Revisión tipo garantía para motos hasta 200 cm en adelante	20.000
Instalación de un sistema electrónico para un 2T	60.000
Refaccionada total de la instalación eléctrica	50.000
Fabricación de un mazo eléctrico	70.000
Instalación de un suiche de seguridad	15.000
Cambio de una de las bobinas del stator	7.000
Ubicación de una falla	8.000
Pintura general de una motocicleta con poliuretano	120.000
Pintura y latonería del tanque	70.000
Enderezada de chasis y soldaduras c/h	10.000
Pintura de tapas o carenajes	10.000
Lavado petrolizado de la motocicleta	3.000
Lavado petrolizado y polichada	6.000
Despinchada o cambio de llanta	2.000
Servicio de grúa para clientes dentro del perímetro urbano	3.000
Precios con IVA incluidos	

10. Trabajo de campo

Luego de construir el instrumento de recolección de datos, en nuestro caso el cuestionario, sigue identificar la muestra para aplicarlo, con una población de 60.000 motos en Pereira, este dato se sacó promediando el crecimiento anual que ha tenido el parque automotor en la ciudad y aproximándolo, entre los años 2009 al 2013, debido a que no se encontró un dato más reciente.

Periodo	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
# motos	42.592	43.122	43.946	47.415	51.294	53.760	56.344
Variación		1,24%	1,91%	7,89%	8,18%		
Promedio	4,8%						

Tabla 34. Crecimiento parque automotor
Fuente: eltiempo.com.co, elaboración propia.

A continuación se establecieron los siguientes datos para poder determinar la muestra poblacional necesaria, como lo es: el margen de error que es 7%, nivel de confianza de 95% y la variabilidad conocida del 50% y luego utilizando una calculadora para hallar la muestra en la web, nos da como resultado una muestra de 196 personas, y para este caso se aproximara a 200 encuesta a realizar.

¿Cuál es el tamaño de la Población?	60000
¿Cuál es el margen de error que acepta?	7 %
¿Cuál es el nivel de confianza que usted necesita?	95 %
¿Cuál es la variabilidad conocida?	50 %
<hr/>	
El tamaño recomendado para su muestra es de	196 unidades

Ilustración 3. Tamaño de muestra

Fuente: <http://www.mey.cl/>

Estas encuestas se realizaron en zonas del centro, aledañas a talleres de motos y parqueaderos en la ciudad de Pereira y dieron los siguientes resultados.

Para la pregunta 6. A la hora de escoger un taller de motos, ¿Cuáles de estos factores considera usted más importante?, los encuestados respondieron lo siguiente.

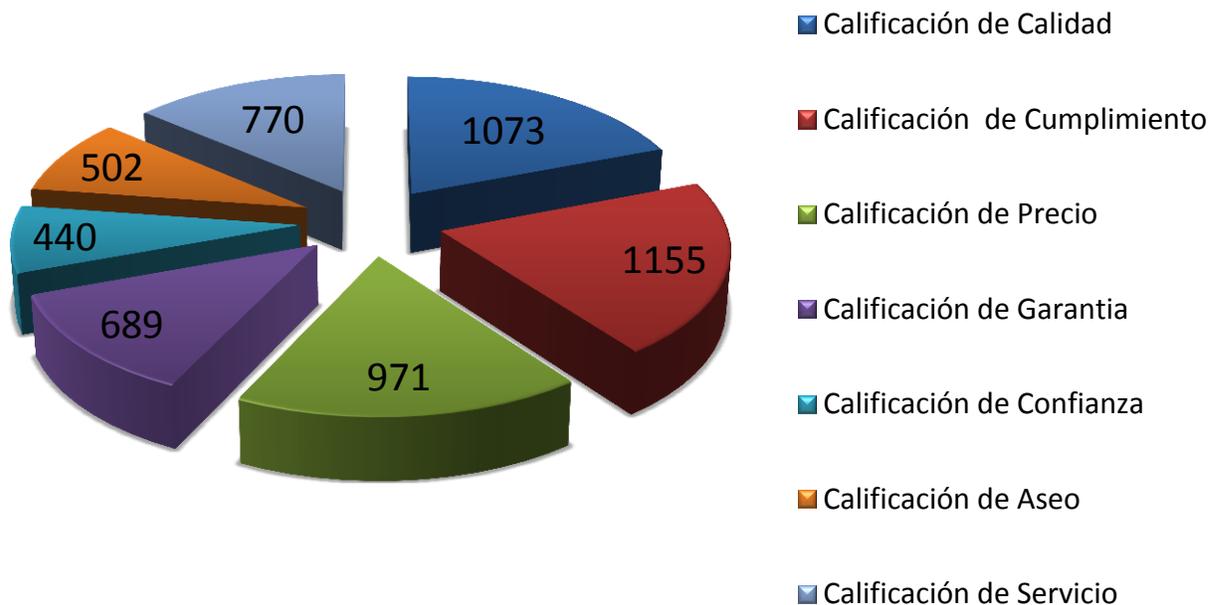


Tabla 35. A la hora de escoger un taller de motos, ¿Cuáles de estos factores considera usted más importante?

Elaboración propia

Esta pregunta fue diseñada para darle una calificación del 1 al 7, siendo 1 la menos importante y 7 la más importante a cada factor mencionado, de esta forma, se puede concluir que el cumplimiento es el factor más importante, obteniendo una calificación de

1155 puntos, siguiéndole con 1073 puntos esta la calidad, y estando cerca de ellos se encuentra el precio con 971 puntos, y le siguen Servicio (770 puntos), Garantía (689 puntos), Aseo (502 puntos), y por ultimo confianza (440 puntos).

Como se puede observar la principal cualidad que buscan los dueños de motos en un taller son el cumplimiento y la calidad del servicio, debido a que estos utilizan su motocicleta para su transporte diario, y el incumplimiento en el tiempo de entrega de su vehículo los afecta en gran medida para su ágil movilización y agregándole a esto, que el trabajo hecho no sea el correcto ocasionando otra visita al mecánico y más días sin su medio de transporte.

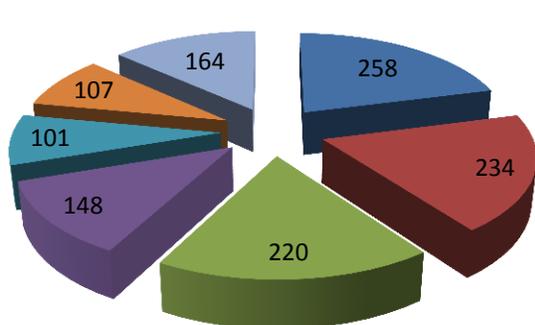


Tabla 36. Calificación de mujeres
Elaboración propia

■ Calificación de Cumplimiento
■ Calificación de Garantía

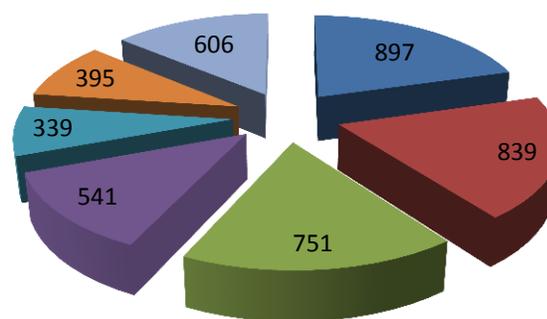


Tabla 37. Calificación de Hombres
Elaboración propia.

■ Calificación de Calidad
■ Calificación de Precio
■ Calificación de Aseo

Cómo se puede observar en las gráficas en donde se cruza el género de los encuestados y sus puntuaciones por cada factor, tienen gran semejanza, lo que se puede concluir que tanto hombres como mujeres tienen las mismas prioridades a la hora de escoger su taller de motos.

Para la pregunta 7. ¿Con qué frecuencia lleva su motocicleta a un taller mecánico? Se obtuvieron los siguientes resultados.

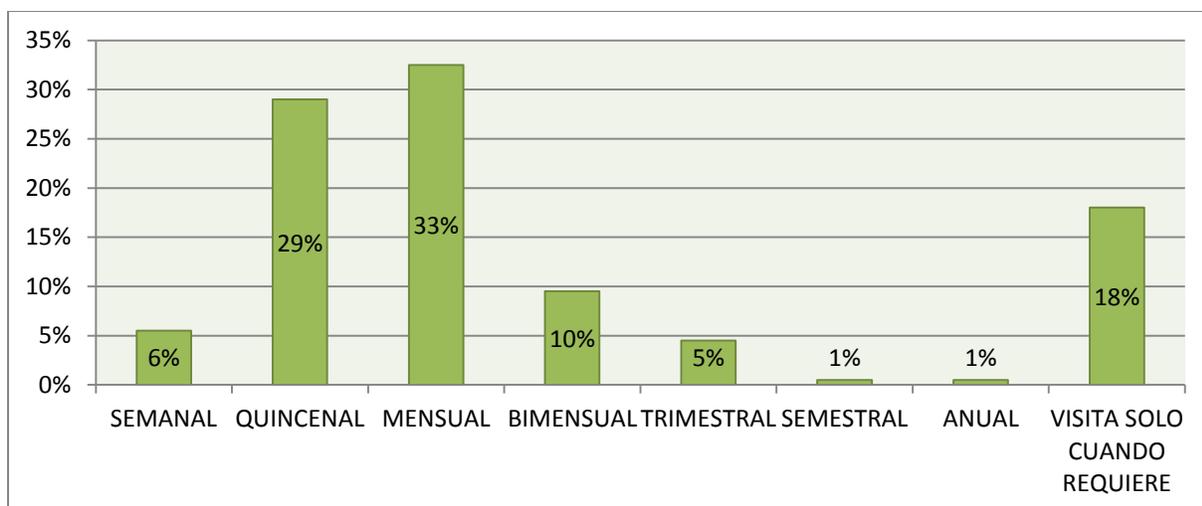


Tabla 38. ¿Con qué frecuencia lleva su motocicleta a un taller mecánico?
Elaboración propia

El 33% de la población lleva mensualmente su moto a talleres ya sea para mantenimiento o reparación y además a esto de ese 33%, el 74% gasta entre 81.000 y 120.000 en gastos mecánicos.

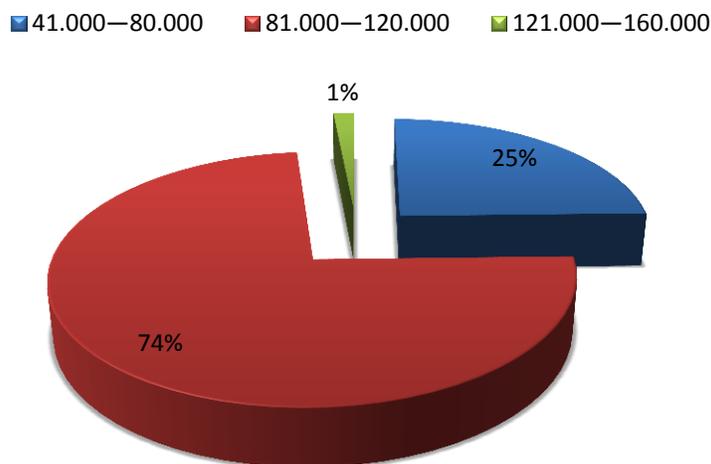


Tabla 39. Gasto mensual de motociclistas que van cada mes al taller
Elaboración propia

Otro 29% prefiere llevar quincenalmente su motocicleta a su mecánico ya que son cuidadosos y cada vez que le sienten algo extraño no esperan mucho para mandarlo a revisar, y también una significativa parte (18%) no tienen un tiempo establecido para

revisar su moto, solo cuando ésta presenta un inconveniente grave, y menor proporción un 10% la llevan bimensualmente, 6% semanal, 5% trimestral, 1% semestral y anualmente.

Con la pregunta 9. Ordene del 1 al 5 los siguientes factores para volver a un taller de motos, las calificaciones obtenidas fueron las siguientes.

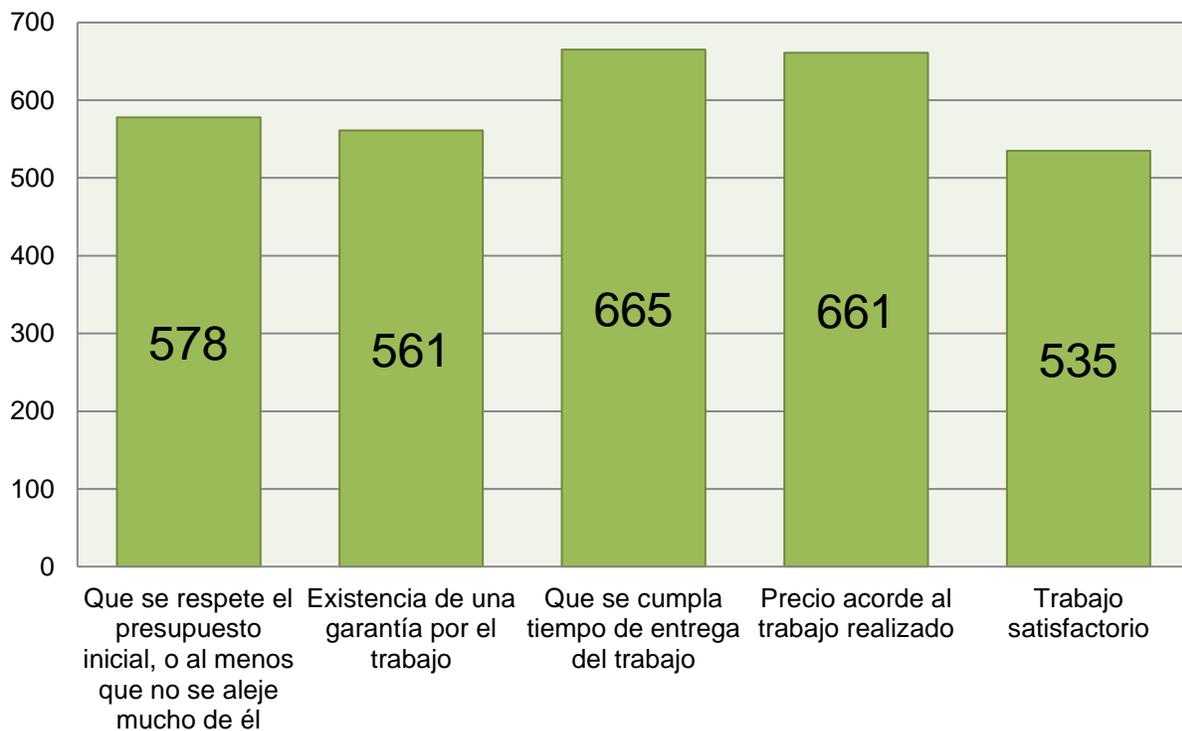


Tabla 40. Ordene del 1 al 5 los siguientes factores para volver a un taller de motos. Elaboración propia

Esta pregunta permite conocer los principales factores que permitirán fidelizar un motociclista a motos Santy, el cliente buscará en un taller, que se cumpla el tiempo de entrega del trabajo (665 puntos), ya que muchos utilizan su vehículo como medio de transporte y les afecta gravemente no poder contar con el, y además que los precios sean acorde al trabajo realizado, ya que muchas veces pasa que cobran precios muy altos por un servicio muy básico, es por estas razones que motos Santy va a estar enfocado en el servicio y la transparencia.

Con respecto a la pregunta 10. ¿Ha tenido alguna experiencia negativa con algún taller mecánico? los encuestados respondieron.

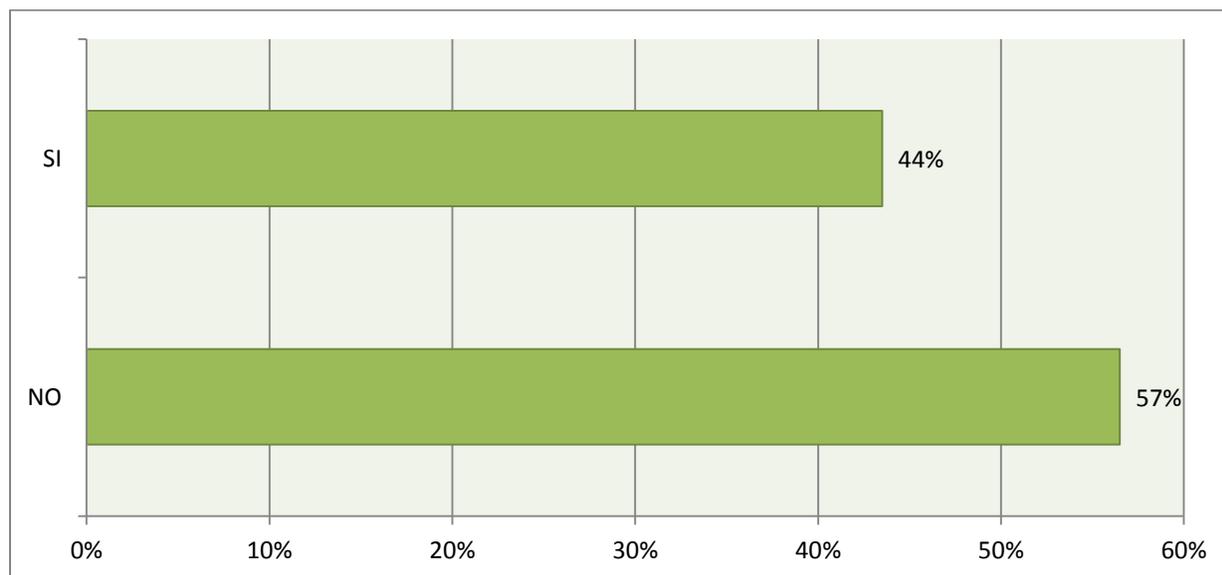


Tabla 41. ¿Ha tenido alguna experiencia negativa con algún taller mecánico?
Elaboración propia

Se puede observar que el 44% de los motociclistas encuestados han tenido problemas con los mecánicos, algunos inconvenientes que han tenido son: falta garantía, incumplimiento, mal servicio, mal trabajo, no se cumplió presupuesto, peleas con mecánico, precios altos y robo de partes, cabe agregar que de este 44% que ha tenido

problemas con mecánicos el 40% no tiene un taller de confianza, lo que se puede ver como una oportunidad, en donde un 40% de motociclistas con malas experiencias con mecánicos, están en búsqueda de un lugar en donde puedan llevar su vehículo y tener la plena confianza de que el trabajo realizado allí será el mejor.

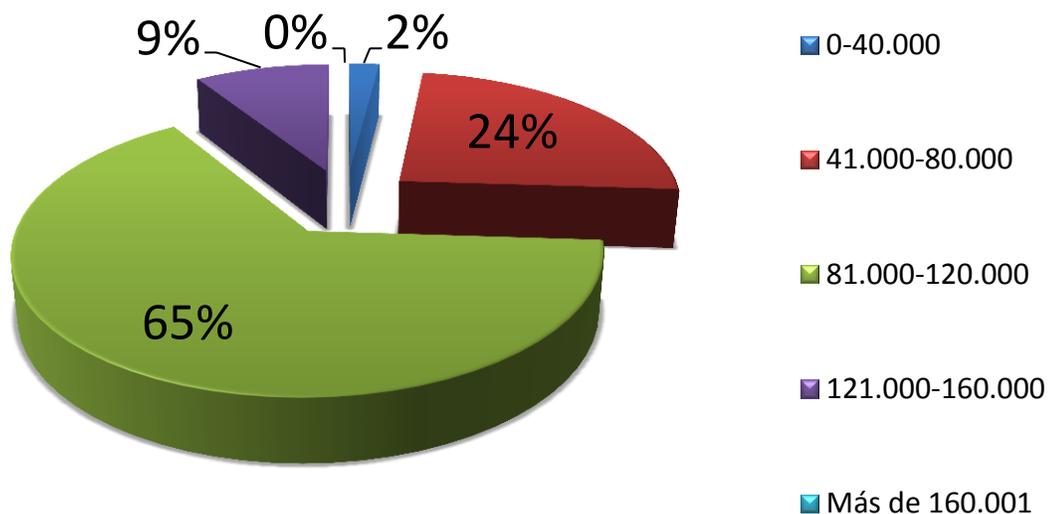


Tabla 42. ¿Cuánto dinero invierte mensualmente en mantenimiento y reparaciones en su moto?
Elaboración propia

Los resultados de la pregunta 11. ¿Cuánto dinero invierte mensualmente en mantenimiento y reparaciones en su moto? dice que el 65% de los encuestados invierte entre 81.000 a 120.000 pesos mensualmente en el mantenimiento de su vehículo, una cifra considerable, lo que permite deducir que la mayor parte de las personas invierten buena cantidad de dinero para mantener sus vehículos en perfectas condiciones.

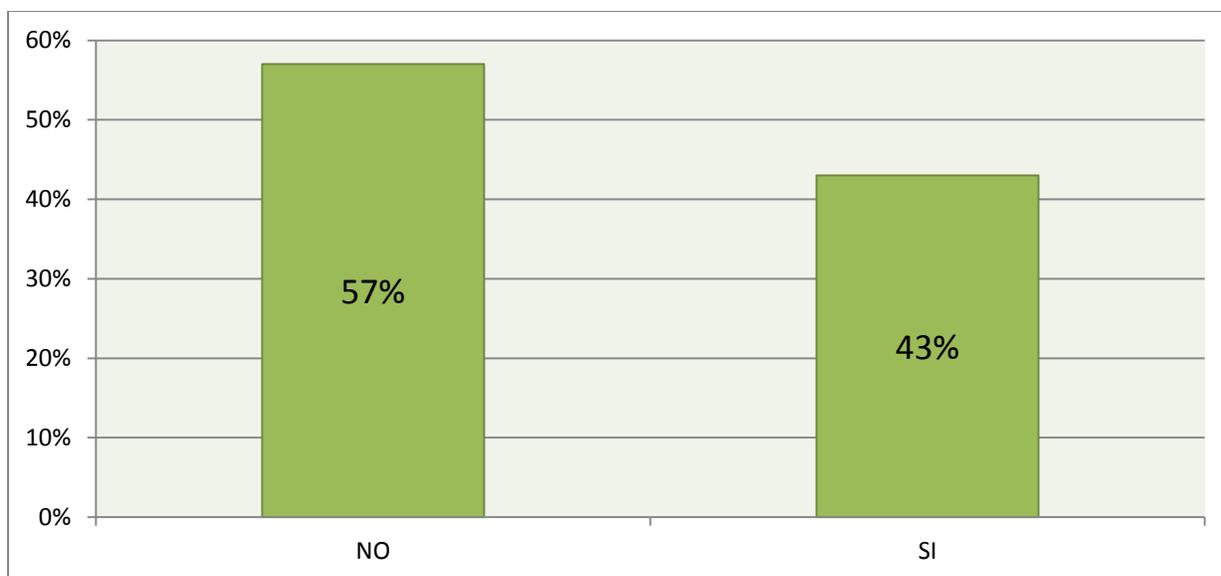


Tabla 43. ¿Actualmente, el taller donde lleva su motocicleta es de su entera confianza?
Elaboración propia

La siguiente pregunta es la 12. ¿Actualmente, el taller donde lleva su motocicleta es de su entera confianza?, aquí se puede observar que un 57% de los encuestados no cuentan con un taller de confianza, es decir, están probando talleres o van al que primero que encuentran, lo que se puede entender como un mercado por explotar, por eso es tan importante generar un lazo de confianza entre el usuario y el taller, aprovechando que existe una gran parte de la población sin tener uno de confianza.

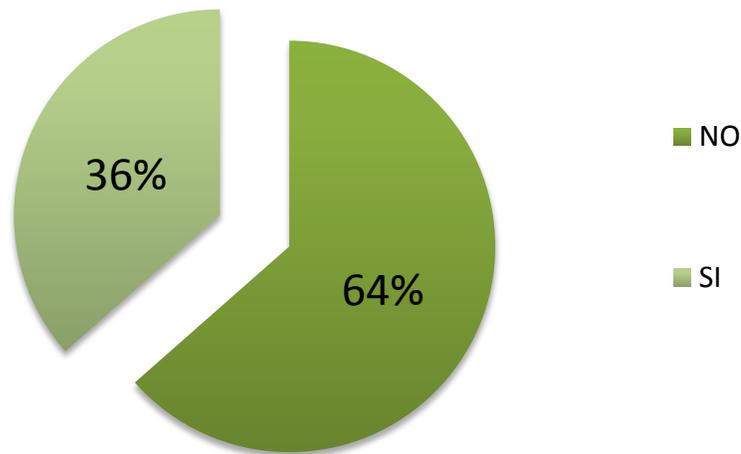


Tabla 44. ¿En algún momento ha personalizado su moto?
Elaboración propia

Para finalizar, la pregunta 13. ¿En algún momento ha personalizado su moto? nos encontramos con que el 64% de los encuestados no le ha realizado ningún tipo de modificación a su moto, lo que también se presenta como un oportunidad de negocio, en donde se pueda empezar hacer campañas, torneos, entre otras actividades que incentiven a la personalización de motos, y así construir una comunidad que permita el crecimiento de la empresa.

Entre los talleres más mencionados en donde el otro 36% de los encuestados ha realizado modificaciones a sus vehículos son: Jasón motos, moto Japón, motos j y m, motos Japón, rines lo 12 "doce", taller de motos Yony, taller j y m.

11. Conclusiones

- Con el presente trabajo se puede llegar a la conclusión de que el proyecto taller de motos Santy es viable, tomando como base el estudio de mercado y teniendo en cuenta las condiciones del mercado y del sector.
- Taller de motos Santy se presenta como una excelente alternativa para los moteros de las ciudades de Pereira y Dosquebradas, debido a que en la ciudad se encuentran pocos lugares de confianza para los propietarios de los vehículos tal como se evidencio en el trabajo de campo.
- Un taller especializado con un enfoque hacia la calidad, cumplimiento y relación precio al servicio prestado es una necesidad y deseo para muchos de los propietarios de motos, ya que estas fueron los factores más relevantes para los encuestados, lo que nos permite confirmar que la política de la compañía dirigida hacia estos factores es el acertado y a priori decir que va a tener una buena acogida para los clientes.
- Gracias al gran crecimiento que se ha visto en los últimos años en el mercado de las motos en la ciudad de Pereira, se puede concluir que de igual forma se presentará un crecimiento en la demanda de servicios mecánicos de mantenimiento y reparación de motos, lo cual se puede evidenciar a la hora de ir a un taller de motos y observar que siempre hay vehículos en espera para realizar su respectiva reparación.
- Además de las pocas barreras de entradas que existen en el mercado para este tipo de negocios, se presenta como una ventaja, al igual a largo plazo se puede convertir en desventaja por la entrada de nueva competencia, es por tal razón que lo más importante es la fidelización, crear un lazo de confianza con el cliente, el cual se logrará gracias a la política de calidad de la empresa.

- Los resultados en el trabajo de campo muestran, del 64% de los motociclistas que no han personalizado su motocicleta, un 56% no recuerdan el taller al cual acudieron para realizarle el trabajo a su vehículo, de lo cual se puede deducir que estos talleres son de poca recordación o que los clientes han tenido inconvenientes en el causando un olvido o mala imagen ante ellos.
- El proyecto de adquirir de la franquicia de Ducati en la ciudad de Pereira a largo plazo permitirá establecer metas y estándares altos para participar en dicho proceso, ya que esta marca al ser muy exclusiva exige a sus talleres o franquicias cumplir unos series de parámetros establecidos, es por tal razón que se convierten en un ejemplo a seguir que permitirá a la empresa conseguir altos estándares de calidad y servicio para su crecimiento,
- Por ultimo teniendo en cuenta el análisis financiero, el estudio de mercado se puede llegar a la conclusión de que el taller de motos Santy es un proyecto de emprendimiento viable, como se observaron en los flujos de caja es un proyecto a mediano plazo el cual requiere de un tiempo para obtener clientes y realizar todo el proceso de fidelización permitiendo un crecimiento significativo en los ingresos de la empresa. Además de la propuesta de valor innovadora en el sector en donde muchos de los talleres que se encuentran en la ciudad de Pereira no les importa el servicio y en ocasiones aprovechan de sus clientes, para finalizar, la política de calidad que posee el taller va a provocar cambios en el sector por medio de su efectividad y acogida por sus clientes.

12. Referencias.

1. Alcaldía de Pereira. (s/f). *Contexto socio económico de Pereira*. Disponible en <http://portal.pereira.gov.co:7778/PUBLICADOR/ASI-SOMOS/ECONOMICA.pdf>
2. Alfonso, E. & Chica, L. (s.f). *Unidad 5. Mercado de competencia perfecta*. Argentina: Universidad Nacional del Nordeste. pp. 1-11. Disponible en <http://eco.unne.edu.ar/economia/catedras/micro1/Unidad5.pdf>
3. ANDI. (2013). *Producción de motos aumento 12% en 2012*. Colombia: ANDI. Disponible en http://www.andi.com.co/pages/noticias/noticia_detalle.aspx?IdNews=369
4. ANDI. (s.f). Sector motocicletas. Disponible en <http://www.andi.com.co/cinau>
5. Cámara de Comercio de Pereira. (2014). *Centro de atención empresarial*. Disponible en http://www.camarapereira.org.co/es/ipaginas/ver/G387/24/cae_centro_de_atencion_empresarial/
6. CEMJ, (2013). *VIII estudio sociodemográfico del usuario de la moto en Colombia*. pp.1-31. Colombia: CEMJ. Disponible en <http://www.comitedemotosjaponesas.com/upload/noti/Octavo%20Estudio%20Sociodemografico%20-%202013.pdf>.
7. Chávez-Jiménez, A. E., & Vargas-Hernández, J. G. (2012). *Estrategias para la creación de nuevas empresas, un enfoque sociocultural o institucional*. Ciencias Económicas, Costa Rica: Disponible en: <http://go.galegroup.com/ps/i.do?id=GALE%7CA345882531&v=2.1&u=ucpr&it=r&p=GPS&sw=w&asid=ba7b5b3bce17b604f62a1f91acc2310427>
8. Corona Treviño, L. (2010). *Innovación ante la sociedad de conocimiento: Disciplinas y enfoques*. México: Plaza y Valdés, S.A.
9. Doing Business. (2014). *Apertura de una empresa – Colombia*. Disponible en <http://espanol.doingbusiness.org/data/exploretopics/starting-a-business/colombia>

10. Ducati. (s.f.). *Conviértase en un Concesionario Ducati*. Disponible en http://www.ducati.com.mx/become_a_dealer/become_a_dealer.do
11. Formichella, M. M. (2004). *El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local*. Buenos Aires: INTA. Disponible en <http://municipios.unq.edu.ar/modules/mislibros/archivos/MonografiaVersionFinal.pdf>
12. Formichella, M. M. (2005). *La evolución del concepto de innovación y su relación con el desarrollo*. pp.1-46. Recuperado de <http://www.unsch.edu.pe/portal/oficinas/investigaciones/Evolucion%20del%20Concepto%20de%20Innovacion%20y%20Desarrollo.pdf>.
13. Gómez Beltrán, J. C. (2010). *Discapacidad en Colombia: Reto para la Inclusión en Capital Humano*. Bogotá: Colombia Líder Fundación Saldarriaga Concha. pp.1-373. Disponible en <http://www.colombialider.org/wp-content/uploads/2011/03/discapacidad-en-colombia-reto-para-la-inclusion-en-capital-humano.pdf>
14. Icontec. 2010. *Gestión de servicio para talleres de mecánica automotriz*. Colombia:Icontec. pp.1-3. Disponible en <http://tienda.icontec.org/brief/NTC5771.pdf>
15. Invest in Pereira. (s/f). *Pereira y Risaralda en cifras*. Disponible en http://www.investinpereira.org/es/ipaginas/ver/G259/95/pereira_y_risaralda_en_cifras/
16. Ipyme, (s.f.). *Como hacer un modelo de negocio con un canvas o lienzo*. Disponible en <http://www.imype.net/contenido/como-hacer-un-modelo-de-negocio-con-un-canvas-o-lienzo.aspx?voto=1>.
17. Jaramillo Naranjo, O. L. (2005). Gestión del talento humano en la micro, pequeña y mediana empresa vinculada al programa Expopyme de la Universidad del Norte en los sectores de confecciones y alimentos. *Pensamiento y Gestión*, (18), p.p.103-137. Disponible en file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/Gestion_del_talento_humano_en_.PDF.

18. López, A., & Ramos, D. (2013). *¿Pueden los servicios intensivos en conocimiento ser un nuevo motor de crecimiento en América Latina?* Argentina: Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad, 24(8), 81. 3
19. MinCIT (2013). *Departamento de Risaralda*. Disponible en file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/RISARALDA_noviembre_2013.pdf
20. MinTrabajo. (2013). *Perfil productivo, municipio de Pereira*. Disponible en file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/perfil_productivo_pereira.pdf
21. Mullins, J. (2012). *¿Se puede enseñar el emprendimiento?* *INCAE Business Review*, Enero-Abril, pp. 34-38. Costa Rica: INCAE Business School. Disponible en <http://go.galegroup.com/ps/i.do?id=GALE%7CA282326572&v=2.1&u=ucpr&it=r&p=GPS&sw=w&asid=dea2a10ac73df3098979fdd594acc75c>
22. OCDE & Eurostat, (2006). *Manual de Oslo*. (3ra Ed.). España: Empresa de Transformación Agraria.
23. Parra, R. D., Mesa, J. H., Corrales, M. H. & Aguirre, M. (2007). Medellín: Fondo Editorial Universidad EAFIT.
24. Ramos Velásquez, c. (2011). *Catálogo oferta de servicios de clase mundial. Informe final de práctica profesional*. pp.1-87. Pereira: UCPR. Disponible en <http://ribuc.ucp.edu.co:8080/jspui/bitstream/handle/10785/675/completo.pdf?sequence=1.42>
25. Real Academia Española. (2001). *Real Academia Española*. España: Real Academia Española. Disponible en <http://lema.rae.es/drae/?val=calidad>.
26. Rivera Rodríguez, D. J. (2012). *Análisis de la encuesta de desarrollo e innovación tecnológica del sector servicios 2008-2009 (EDITSII) como mecanismo para la medición de la innovación en el sector servicios*. Maestría tesis, Bogotá: Universidad Nacional de Colombia. Disponible en: <http://www.bdigital.unal.edu.co/11162/16>

27. Sánchez de los Ríos, D.M. (2011). *Sector servicios prestados a las empresas excepto servicios financieros e inmobiliarios en el municipio de Cali (2011)*. Cali: Universidad ICESI Disponible en: http://bibliotecadigital.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/67646/1/sector_servicios_prestados.pdf
28. Sánchez, J. C. (2011). *Diseño de un manual de procedimientos para el mantenimiento Preventivo de equipos industriales y redes hospitalarias*. Cali: Universidad Autónoma De Occidente. Disponible en <http://bdigital.uao.edu.co/bitstream/10614/1139/1/TBM00267.pdf>.
29. Santos Pérez, J, (2005). *Análisis y planteamiento de la cadena de valor general de la Universidad de la Sabana*. Bogotá: Universidad de la Sabana. Disponible en: <http://intellectum.unisabana.edu.co:8080/jspui/bitstream/10818/4683/1/130752.pdf>.
30. Secretaría de planeación de Pereira. (2012). *Indicadores socioeconómicos*. Disponible en file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/SEM.FEBRERO.DE.2012.pdf
31. Tarapuez Chamorro, E., Osorio Ceballos, H., & Botero Villa, J. J. (2013). Política de emprendimiento en Colombia, 2002-2010. *Estudios Gerenciales*, 29(128), pp. 274-283. España: Elsevier Doyma. Disponible en: <http://go.galegroup.com/ps/i.do?id=GALE%7CA361849177&v=2.1&u=ucpr&it=r&p=GPS&sw=w&asid=2a213f9251850b792c9f52c176f1146a52>
32. Tolosa Vargas, N. & García Agudelo, M. (s.f). *Fidelizar clientes, clave para que las pymes perduren*. Facultad de Administración, (12). pp.1-11.
33. Uribe Restrepo, G. H., Jiménez Builes, J. A., & Ramírez Patiño, J. F. (2009). Entorno computacional para el entrenamiento de personas con discapacidad (inclusión laboral y educativa). *Revista Educación en Ingeniería*, Bogotá: Disponible en:

<http://go.galegroup.com/ps/i.do?id=GALE%7CA259156943&v=2.1&u=ucpr&it=r&p=GPS&sw=w&asid=ded2a5faa97610b455d043d72ed0ae34> ¡Error! Marcador no definido.

34. Zuluaga Restrepo, D. (2012). *Inclusión laboral con sentido social. Informe de práctica académica.* pp.1-69. Pereira: UCP. Disponible en <http://ribuc.ucp.edu.co:8080/jspui/bitstream/handle/10785/1034/INCLUSION%20LABORAL%20CON%20SENTIDO%20SOCIAL.pdf?sequence=1> 48



Market Representation Application (Prospective Inquiry)



AN OVERVIEW OF YOUR MOTORSPORTS DEALERSHIP (Actual or Proposed)							
Business Name / DBA:							
Location							
Address:		City:		State:		Zip:	
County:		Population (city):		Population (county):			
Full-time employees (incl. mgmt.) per department (do not duplicate)							
GM:	Admin:	Sales:	F&I:	Parts/Access:	Apparel:	Service:	Other:
Comments:							
Brand(s) (motorcycle/scooter only) and annual sales volume (retail) per brand (e.g. Ducati 115)							
<i>If applicable, enter "Used" as brand name for used motorcycle/scooter sales</i>							
(1)	(2)	(3)	(4)				
(5)	(6)	(7)	(8)				
Other product lines/brands:							
Facility Area (SF)							
Total:	Showroom:	Parts:	Service:	Admin:	Storage:	Parking (spaces):	
Comments:							
Sales Revenues (USD)							
Total:	Sales:	F&I:	Parts:	Access:	Apparel:	Service:	
Comments:							
Additional Comments or Questions?							
<p>The submission of your prospective inquiry is one of the first steps in the application process, and you will not become a Ducati dealer until you are officially approved and you are presented with a written Ducati dealer agreement. Until then, you should not rely on any action or by communication from Ducati to the contrary. No employee or agent of Ducati has the authority to waive or modify the terms of Ducati's application process. Any action taken, any expenditures made or commitments assumed by the undersigned or related parties prior to the receipt of an executed written Ducati dealer agreement shall be at the undersigned's and related parties sole risk and responsibility without any liability or obligation whatsoever on the part of Ducati North America, Inc.</p>							
Signature <input style="width: 300px; height: 30px; border: 1px solid red;" type="text"/>				Date <input style="width: 150px; height: 25px;" type="text"/>		<input type="button" value="Reset"/> <input type="button" value="Save"/>	
						<input type="button" value="Print"/> <input type="button" value="Submit"/>	
<p>Thank you for your interest in representing Ducati motorcycles. Upon submission, please allow 2-3 business days for a response from Ducati North America.</p>							

Anexo 2. Encuesta

ENCUESTA																																																					
<p>De ante mano permítame agradecerle por brindarme un poco de su tiempo para contestar esta encuesta, con la cual se esta realizando una investigación de mercados cuyo objetivo es conocer las razones por las cuales los dueños de motos escogen un taller en la ciudad de Pereira para realizarles mantenimiento preventivo y correctivo.</p> <p>De nuevo gracias y que tenga un buen día.</p>																																																					
DATOS PERSONALES																																																					
1. Género: <input type="checkbox"/> Femenino <input type="checkbox"/> Masculino		2. Edad ____		3. Estrato Socio-Económico: <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 6																																																	
4. Actualmente trabaja: <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI		5. Lugar de Residencia: <input type="checkbox"/> Pereira <input type="checkbox"/> Dosquebradas																																																			
OBJETIVO DEL ESTUDIO																																																					
<p>6. A la hora de escoger un taller de motos, ¿Cuáles de estos factores considera usted más importante? (Organice de 1 a 7, siendo 1 el nada importante y 7 el muy importante)</p> <p>Calidad <input type="checkbox"/> Cumplimiento <input type="checkbox"/> Precio <input type="checkbox"/> Garantía <input type="checkbox"/> Confianza <input type="checkbox"/> Aseo <input type="checkbox"/> Servicio <input type="checkbox"/></p>																																																					
<p>7. ¿Con qué frecuencia lleva su motocicleta a un taller mecánico?</p> <p>Semanal <input type="checkbox"/> Quincenal <input type="checkbox"/> Mensual <input type="checkbox"/> Bimensual <input type="checkbox"/> Trimestral <input type="checkbox"/> Semestral <input type="checkbox"/> Anual <input type="checkbox"/> Solo cuando requiere reparación <input type="checkbox"/></p>																																																					
<p>8. ¿Cuáles de estos factores son importantes a la hora quedarse en un taller de motos. Del 1 al 5, siendo 1 nada importante y 5 muy importante?</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <thead> <tr> <th style="width: 20%;"></th> <th style="width: 10%;">1. Nada importante</th> <th style="width: 10%;">2. Poco importante</th> <th style="width: 10%;">3. Indiferente</th> <th style="width: 10%;">4. Importante</th> <th style="width: 10%;">5. Muy importante</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>- Espacio</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>- Limpieza/Orden</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>- Instalaciones</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>- Distribución al interior del Local</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>- Experiencia de los mecánicos</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>- Trato con el que es recibido</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>- Equipos/Tecnología</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>							1. Nada importante	2. Poco importante	3. Indiferente	4. Importante	5. Muy importante	- Espacio						- Limpieza/Orden						- Instalaciones						- Distribución al interior del Local						- Experiencia de los mecánicos						- Trato con el que es recibido						- Equipos/Tecnología					
	1. Nada importante	2. Poco importante	3. Indiferente	4. Importante	5. Muy importante																																																
- Espacio																																																					
- Limpieza/Orden																																																					
- Instalaciones																																																					
- Distribución al interior del Local																																																					
- Experiencia de los mecánicos																																																					
- Trato con el que es recibido																																																					
- Equipos/Tecnología																																																					
<p>9. Ordene del 1 al 5 los siguientes factores para volver a un taller, 1 el nada importante y 5 el muy importante</p> <p>____ Que se respete el presupuesto inicial, o al menos que no se aleje mucho de él ____ Existencia de una garantía por el trabajo ____ Que se cumpla tiempo de entrega del trabajo ____ Precio acorde al trabajo realizado ____ Trabajo satisfactorio</p>																																																					
<p>10. ¿Ha tenido alguna experiencia negativa con algún taller mecánico? <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO</p> <p>Cual: _____</p>																																																					
<p>11. ¿Cuánto dinero invierte mensualmente en mantenimiento y reparaciones en su moto?</p> <p><input type="checkbox"/> 0—40.000 <input type="checkbox"/> 41.000—80.000 <input type="checkbox"/> 81.000—120.000 <input type="checkbox"/> 121.000—160.000 <input type="checkbox"/> Más de 160.001</p>																																																					
<p>12. ¿Actualmente, el taller donde lleva su motocicleta es de su entera confianza? <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO</p>																																																					
<p>13. ¿En algún momento ha personalizado su moto? <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO</p> <p>(Entendiendo a personalizar, como la acción de realizar cambios estructurales o adaptación de accesorios de acuerdo a los gustos y necesidades, no aplica solo pintura y calcomanías)</p>																																																					
<p>14. ¿En cual taller? _____</p>																																																					
GRACIAS POR SU ATENCIÓN																																																					